

MediaZ



Instagram

Giải pháp
xây dựng thương hiệu
và bán hàng

MediaZBOOK



NGHỆ THẾ GIỚI

Duong Kobo's Book Club

*Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo*



SCAN TO JOIN

Lời nói đầu

Mọi người thường có xu hướng phản ứng và biểu lộ cảm xúc của bản thân một cách nhanh nhạy trước một tâm hình đẹp hơn là một đoạn văn bản trình bày nội dung đặc biệt khi họ tương tác trên mạng xã hội. Bởi, hình ảnh có thể nói lên được tất cả cảm xúc, suy nghĩ riêng tư của chính bản thân bạn hay truyền tải thông điệp mà sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp muốn hướng tới khách hàng. Hình ảnh - “nói ít, thể hiện nhiều”- là cách giao tiếp hiệu quả trên mạng xã hội mà các thương hiệu cần phải chú trọng đầu tư. Đồng thời, sự ghi nhớ trong não bộ có liên quan mật thiết với hình ảnh và chính hình ảnh cũng là điểm gây ấn tượng lớn nhất, là lợi thế của truyền thông, nó tạo ra được sự thu hút của thị giác để khiến người xem phải chú ý vào nó và tìm hiểu tường tận hơn về sản phẩm.

Và Instagram lúc này là sự lựa chọn sáng suốt dành cho các thương hiệu trong việc ứng dụng hình ảnh để xây dựng thương hiệu và bán hàng. Bởi Instagram hiện đang là ứng dụng chia sẻ ảnh và video được hàng triệu người dùng trên thế giới sử dụng. Không đơn thuần chỉ là nền tảng mạng xã hội để người dùng có thể chia sẻ những trải nghiệm của mình với gia đình, bạn bè, người thân mà Instagram còn là một trong những công cụ khá hữu ích cho các chủ doanh nghiệp hay các Marketer có thể truyền thông và quảng bá cho thương hiệu của mình.

Cuốn sách **“Instagram - giải pháp xây dựng thương hiệu và bán hàng”** được xuất bản với những kiến thức cơ bản nhất dành cho người mới bắt đầu, sẽ giúp doanh nghiệp của bạn có thể kết nối được với cộng đồng của mình và cung cấp một cái nhìn độc đáo cho người dùng về thương hiệu của bạn trên nền tảng mạng xã hội này.

Cuốn sách cực kỳ phù hợp cho những ai đang muốn bắt đầu tạo một tài khoản Instagram mới, đồng thời biết cách thiết lập một

hồ sơ doanh nghiệp mạnh mẽ, soạn bài đăng thành công và gửi gắm câu chuyện của mình đến với mọi người bằng những visual content (nội dung thị giác) hấp dẫn.

Với một cái nhìn cụ thể về Instagram thông qua những kinh nghiệm thực tế và sự tìm hiểu kỹ lưỡng, chúng tôi luôn tin tưởng rằng cuốn sách này sẽ giúp các bạn bán được nhiều hàng hơn, mang được thương hiệu của mình đến gần hơn với tất cả mọi người.

Chúc các bạn sớm thành công!

CUỐN SÁCH NÀY MANG LẠI CHO BẠN ĐIỀU GÌ?

Sự chi tiết, những hướng dẫn cụ thể là tất cả những gì mà cuốn sách này muốn mang tới cho bạn. Hơn nữa, nó còn cung cấp cho bạn rất nhiều thông tin định hướng xây dựng chiến lược, lời khuyên hữu ích và cả những mẹo vặt. Đừng vội vàng đọc hết cuốn sách này. Vừa triển khai test thử, vừa đọc cuốn sách để có thể rút ra được những kinh nghiệm cho riêng mình.

Thông qua cuốn sách, bạn sẽ hiểu rõ hơn về:

- Ở chương đầu tiên của phần I, bạn sẽ có một cái nhìn tổng quan về Instagram - một trong những mạng xã hội thông dụng nhất hiện nay. Những lợi ích gì cho người dùng và các quy tắc mà bạn cần chú ý khi sử dụng Instagram là những thông tin được nêu bật trong chương này.
- Cách tạo một tài khoản Instagram một cách chi tiết và làm thế nào để khắc phục sự cố trong quá trình tạo tài khoản dành cho những người mới bắt đầu tiếp cận Instagram sẽ được đề cập trong chương 1 của phần II.
- Trong chương 2 phần II, bạn sẽ nắm rõ trong tay cấu hình cơ bản của một tài khoản Instagram để có thể sử dụng nó một cách dễ dàng hơn, thuận thực hơn.
- Bạn sẽ sở hữu một bản hướng dẫn sử dụng Instagram đầy đủ, tường tận, chi tiết từ việc tìm kiếm người theo dõi, chỉnh sửa hình ảnh, video như thế nào cho đến việc đăng tải bài viết lên Instagram ra sao. Tất cả sẽ nằm trong chương 3 phần II.
- Như thế nào là một profile hoàn hảo? Câu trả lời dành cho câu hỏi này sẽ nằm trong phần III chương 1.

- Đọc xong chương 2 của phần III, bạn sẽ hiểu được hình ảnh quan trọng như thế nào trong truyền thông. Tại đây, bạn sẽ biết cách lựa chọn hình ảnh phù hợp để chia sẻ lên Instagram, ngâm cứu cách thức xây dựng bài đăng như thế nào để thu hút người dùng. Hay một vài ý tưởng bài đăng sẽ giúp ích cho bạn trong quảng bá sản phẩm, dịch vụ hay tăng khả năng nhận thức thương hiệu trong mắt công chúng để tránh sự nhầm lẫn mỗi khi bạn bị bí ý tưởng.

- Chương 3 của phần III này sẽ tập trung vào phần nội dung mô tả bài đăng. Chương này sẽ đưa ra cho bạn một vài mẹo nội dung và cách mô tả như thế nào để kích thích hành động mua hàng của khách hàng.

- Bạn sẽ biết cách tận dụng mọi tính năng Instagram Stories cung cấp để quảng bá thương hiệu một cách hiệu quả nhất sau khi đọc xong chương 4 phần III.

- Hướng dẫn sử dụng Instagram Video một cách tường tận, chi tiết và một vài mẹo nhỏ dành cho bạn khi sử dụng công cụ này sao cho hiệu quả sẽ được nêu ra trong chương 5 phần III.

- Sau khi nghiên cứu xong chương 6 phần III, bạn sẽ biết cách sử dụng tính năng Instagram Direct để gửi tin nhắn, hình ảnh và video cho một hay một nhóm người dùng và [làm cách nào để quản lý tin nhắn trong hộp thư của trang kinh doanh trên Instagram](#).

- Đọc xong chương 7 phần III, bạn sẽ nhận ra rằng tính năng Hashtag thật sự quan trọng như thế nào khi bạn bước chân vào thế giới của Instagram. Cách để bạn tạo ra Hashtag và làm thế nào để sản xuất ra những Hashtag chất lượng, thu hút lượng lớn người theo dõi cũng sẽ đề cập trong chương này.

- Ở chương 1 phần IV, bạn sẽ biết cách làm thế nào để cập nhật thông tin lên Instagram một cách nhanh chóng, không tốn nhiều thời gian mà vẫn cho ra những bài đăng có nội dung chất lượng. Từ việc sử dụng ứng dụng hỗ trợ cho đến việc tận dụng lại những bài đăng cũ như thế nào để đăng tải lên Instagram sao cho hiệu quả.

- Một câu hỏi đặt ra dành cho những ai mới bắt đầu lập tài khoản Instagram là: "Làm thế nào để thu hút nhiều người theo dõi tài khoản của mình nhỉ?". Đáp án cho câu hỏi này sẽ nằm trong chương 2 của phần IV.

- Chương 3 phần IV sẽ nêu ra cho bạn một vài cách cơ bản để xây dựng sự tương tác giữa bạn với những người theo dõi hiện tại.

- Thời gian đăng bài như thế nào là phù hợp, đăng vào giờ nào, một ngày đăng tải bao nhiêu bài viết để tránh sự phiền hà cho những người theo dõi bạn. Thắc mắc này sẽ được đưa ra trong chương 4 của phần IV.

- Chương 5 phần IV sẽ hướng dẫn bạn cách lựa chọn, tìm kiếm và sử dụng Influencer Instagram trong chiến dịch truyền thông sao cho đem lại hiệu quả tốt nhất.

- Trên nền tảng Instagram, những cú click chuột đến trang đích bị hạn chế. Vậy làm thế nào để điều hướng được khách hàng tới trang đích của bạn? Lời giải đáp cho nghi vấn này sẽ được đề cập trong chương 6 phần IV.

- Trong chương 1 phần V, bạn sẽ được cập nhật thêm những thông tin như: cách thêm tài khoản vào trình quản lý doanh nghiệp, các loại hình quảng cáo trên Instagram và cách tạo quảng cáo trên Instagram hay quảng cáo trong Instagram Stories như thế nào.

- Sau khi đã tạo thành công một mẫu quảng cáo trên Instagram, làm thế nào để đánh giá hiệu quả của chiến dịch và cách tối ưu nó ra sao để đem lại hiệu quả tốt nhất. Những vấn đề này sẽ được nêu bật trong chương 2 phần V.

Cuối cùng, chúng tôi mong rằng sau khi đọc xong cuốn sách, mọi kiến thức mà chúng tôi chia sẻ sẽ được thực hiện hóa bằng những chiến dịch, kế hoạch của bạn dành cho trang thương hiệu. Còn bây giờ, hãy cùng khám phá cuốn sách nhé!

Danh mục thuật ngữ

- **Follower To Traffic Ratio (FTR):** Đây là tổng số lần nhấp vào liên kết mà bạn nhận được chia cho tổng số người theo dõi của Instagram Influencer.
- **Conversion Rate - CR:** Tỷ lệ chuyển đổi là tổng số lượt mua hàng chia cho tổng lượng traffic vào trang hay sản phẩm đó.
- **Cost per visitor – CPV:** Chi phí cho mỗi lượt ghé thăm là tổng chi phí đã chi chia cho tổng traffic vào website của bạn.
- **Profit Multiplier:** Hệ số lợi nhuận là tổng doanh thu chia cho tổng chi phí quảng cáo.
- **Image/Caption Performance:** Hiệu suất của hình ảnh hay mô tả là tổng số lượt thích và bình luận
- **Length of promotion:** Thời lượng quảng cáo là số giờ, số ngày, số tháng bạn tiến hành chạy chiến dịch quảng cáo.

PHẦN I

TÌM HIỂU VỀ INSTAGRAM

Instagram chính là nơi được thiết lập dựa trên cơ sở sáng tạo ra những hình ảnh đẹp mắt, lối cuốn để các thương hiệu thỏa sức thể hiện nhiều khía cạnh khác nhau của sản phẩm, dịch vụ và giúp khách hàng có cái nhìn ấn tượng hơn về doanh nghiệp thay vì những dòng giới thiệu khô khan, nhàm chán.

Vậy để hiểu Instagram là gì, cách thiết lập tài khoản ra làm sao và chia sẻ hình ảnh, video với cộng đồng của mình như thế nào thì qua phần này bạn sẽ rõ và chúng ta có thể cùng nhau tìm hiểu về ứng dụng này - một trong những mạng xã hội phổ biến nhất hiện nay.

1. Instagram là gì?

Instagram là ứng dụng chia sẻ hình ảnh và video miễn phí trên Apple iOS, Android và Windows Phone. Chúng ta có thể đăng tải ảnh hoặc video và chia sẻ chúng với người theo dõi của mình hoặc với một nhóm bạn bè được chọn lọc. Họ có thể xem, bình luận và thích bài viết mà bạn bè chia sẻ trên Instagram. Bất kỳ ai từ 13 tuổi trở lên đều có thể tạo tài khoản bằng cách đăng ký địa chỉ email và chọn tên người dùng.

Cũng giống như Facebook, Twitter hay Pinterest, Instagram là nơi kết nối, giao lưu giữa người dùng với người thân, bạn bè, đồng nghiệp của họ hay những người khác có chung tính cách, sở thích và niềm đam mê về một lĩnh vực nào đó. Nhưng mạng xã hội này chỉ được dùng để chia sẻ hình ảnh, video miễn phí, đồng thời nó còn cung cấp rất nhiều chế độ chỉnh sửa ảnh, video khác nhau theo sở thích của người dùng.

Vào năm 2010, Instagram trở thành một trong những mạng xã

hội phát triển nhất lúc bấy giờ. Và đến đầu năm 2012, đã có tới hơn 15 triệu người dùng. Tháng 4/2012, Instagram đã “về cùng một nhà” với Facebook sau khi được Facebook mua lại với giá khoảng 1 tỷ USD. Đến tháng 6/2018, trang mạng xã hội này đã cán mốc 1 tỷ người sử dụng và trở thành một trong những công cụ dẫn đầu trong hoạt động tiếp thị truyền thông.

2. Lợi ích khi sử dụng Instagram

Đơn giản trong cách sử dụng, hình ảnh đậm chất nghệ thuật và có chức năng thiết lập quyền riêng tư cá nhân là một trong những đặc điểm nổi bật khi nhắc tới Instagram. Chính vì vậy, Instagram đang ngày càng trở thành một trang mạng xã hội được giới trẻ ưa chuộng hơn rất nhiều so với “người anh em trong cùng một nhà” là Facebook.

Một vài lợi thế của Instagram được nêu ở dưới đây sẽ giải thích cho bạn hiểu lý do tại sao nó lại trở thành mạng xã hội được nhiều người sử dụng đặc biệt là giới trẻ ưa thích hơn so với các trang mạng xã hội khác.

Cài đặt và sử dụng ứng dụng đơn giản, nhanh chóng

Bạn chỉ cần vào App Store của hệ điều hành IOS, hay Google Play của Android để tải ứng dụng Instagram về máy là xong. Sau khi bạn đã đăng ký thành công tài khoản cá nhân của mình, chỉ cần chạm vào biểu tượng máy ảnh, chụp một tấm hoặc lấy ảnh từ bộ nhớ điện thoại của bạn và đăng tải nó lên. Quá trình này chỉ diễn ra vài phút, bạn đã có thể sở hữu được một bức ảnh đẹp trên trang cá nhân của mình, thật nhanh chóng, đơn giản và dễ thực hiện, đúng không nào?

Giao diện bắt mắt

Một trong những ưu điểm của Instagram chính là giao diện bắt mắt với cách bố trí các phần hài hòa, hợp lý. Hình ảnh trong phần Trang cá nhân được sắp xếp rất quy củ và có tổ chức, theo trình tự thời gian tính từ thời điểm lần đầu tiên bạn đăng bài.

Khiến hình ảnh bình thường trở nên cuốn hút

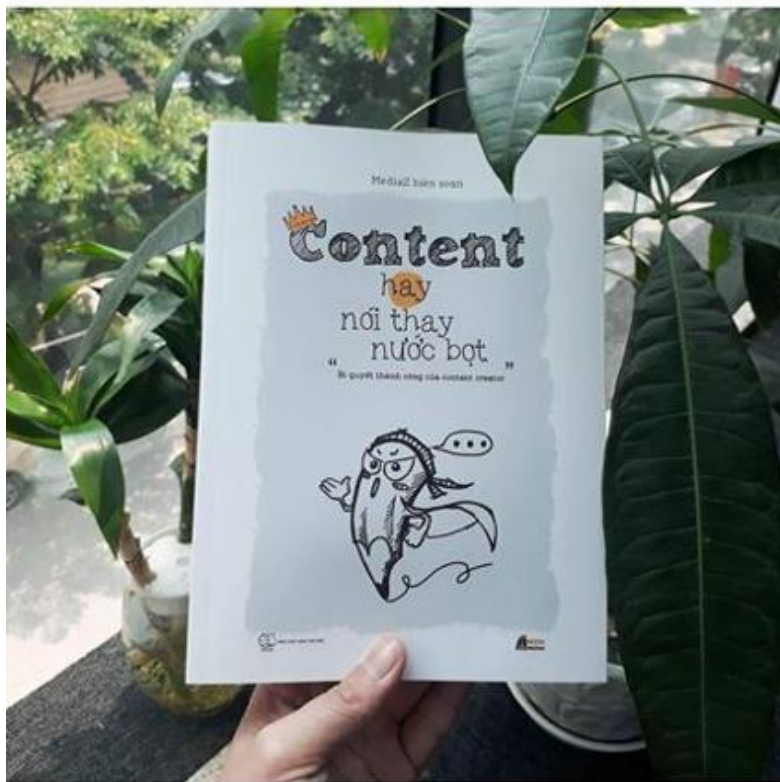
Khi bạn không muốn bộc lộ quá nhiều suy nghĩ của bản thân cho người khác biết, chỉ muốn thể hiện một chút cảm xúc của chính mình thì một bức ảnh phù hợp cũng nói lên được phần nào tâm trạng của bạn ngay tại thời điểm đó. Người xem khi nhìn vào bức ảnh mà bạn chia sẻ có thể biết được rằng bạn đang vui, đang buồn

hay hạnh phúc mà không cần bạn phải thể hiện cảm xúc của mình qua những dòng status như trên Facebook.

Instagram có thể khiến cho những hình ảnh bạn đăng trở nên sống động và bắt mắt hơn bằng việc cho phép bạn tùy chỉnh sắc thái dựa trên 40 hiệu ứng có sẵn trong ứng dụng này. Bạn muốn bức ảnh của mình trông tươi sáng và mát mắt hơn thì có thể chọn chế độ Clarendon, hay muốn một bức ảnh đậm chất nghệ thuật theo phong cách trắng đen thì bạn có thể thử qua các hiệu ứng Moon hay Willow. Mỗi hiệu ứng bạn có thể tùy chỉnh chế độ ánh sáng của bức ảnh theo mắt thẩm mỹ, theo phong cách của bạn mà không cần phải sử dụng thêm nhiều công cụ chỉnh sửa ảnh khác. Những tính năng này bạn có thể sử dụng một cách linh hoạt để mang lại một bức ảnh đậm chất nghệ thuật, và thể hiện được cái hồn của nó, đặc biệt giúp ích cho những người không có năng khiếu chụp ảnh trong việc xác định góc chụp hay điều chỉnh ánh sáng.



Tiếp



Normal

Clarendon

Gingham

M



BỘ LỌC

CHỈNH SỬA

Với Instagram bạn có thể khám phá thế giới đầy diệu kỳ xung quanh mình thông qua góc nhìn của người khác, đặc biệt là hình ảnh được những người đi du lịch chụp lại với khung cảnh đẹp tựa tranh vẽ, về những nơi bạn chưa từng đặt chân tới hay đơn giản là

những món ăn hàng ngày được trình bày một cách đặc biệt hơn. Thông qua lăng kính của Instagram bạn sẽ thấy những đồ vật bạn nhìn thấy mỗi ngày kia bỗng trở nên bắt mắt hơn bình thường, những địa điểm đẹp mê mẩn khiến bạn muốn xách balo lên đi ngay và luôn để trải nghiệm cuộc sống.

Hạn chế tạo cảm giác bị làm phiền cho người dùng

Instagram chỉ gửi thông báo tới tài khoản của bạn khi có người nhắc đến tên bạn trong một bình luận hay một bài đăng nào đó. Facebook thì trái lại, nó liên tục gửi thông báo về thiết bị của bạn mỗi khi bạn bè của bạn comment vào bất kỳ bài viết nào mà trước đó bạn đã tham gia bình luận. Điều này thật sự gây khó chịu cho người dùng, vì thế mà Facebook phải cập nhật thêm nút “Tắt thông báo” để tránh mang lại phiền phức cho người sử dụng.

Cung cấp nhiều tính năng và ứng dụng

Bạn muốn tạo trang profile nổi bật trên cộng đồng, được nhiều người biết đến, thì những ứng dụng mà Instagram cung cấp sẽ giúp bạn làm được điều đó.

- Bạn muốn chia sẻ những khoảnh khắc thú vị với mọi người nhưng lại không muốn lưu giữ trên trang cá nhân của mình thì Instagram Story sẽ giúp bạn lưu giữ hình ảnh đó trong vòng 1 ngày. Sau 1 ngày kể từ thời điểm bạn đăng tải, hình ảnh hay video đó sẽ tự biến mất mà bạn không cần phải ấn xóa.

- Tính năng Slideshow thường được ứng dụng trong các trường hợp bạn muốn cho mọi người thấy sự thay đổi trước và sau khi thực hiện một công việc gì đó. Ví dụ như sự khác biệt trước và sau khi bạn cắt tóc, giảm cân hay trang điểm... tính năng này sẽ tạo thành một chuỗi các bức ảnh Before - After để bạn nhận ra được sự vật, sự việc đó đã thay đổi như thế nào.

- Tạo ảnh động thú vị, độc đáo bằng ứng dụng Boomerang. Boomerang sẽ tạo ra sự lặp đi lặp lại của hành động mà bạn đã thực hiện, một hành động kì quặc nếu bạn nắm bắt kịp thời có thể mang lại một tràng cười sảng khoái, gây hứng thú với bất kỳ người nào xem nó.

- Để tăng tính nghệ thuật cho trang profile của bạn, bạn có thể sử dụng Giant Square - ứng dụng chia một bức ảnh lớn thành những hình vuông lưới 3, 6 hay 9 ô, mỗi bức ảnh này được đăng riêng lẻ theo một trình tự nhất định để chúng kết nối với nhau. Thường các thương hiệu, nhãn hàng sử dụng ứng dụng này để tạo điểm

nhấn, nét riêng biệt, show được hết các chi tiết của sản phẩm nằm trong từng bức ảnh.

Ngoài chia sẻ ảnh và cung cấp các hiệu ứng chỉnh sửa ảnh hữu ích, Instagram cho phép người dùng chia sẻ video và streaming trực tiếp.

Công cụ dẫn đầu trong hoạt động tiếp thị truyền thông

Instagram lôi kéo được nhiều người sử dụng trên thế giới bằng sự đơn giản trong cách sử dụng và những hình ảnh trực quan mang đậm giá trị nghệ thuật. Theo nghiên cứu của Shopify, thực tế hiện nay, Instagram đang thúc đẩy sự tham gia của một người theo dõi nhiều gấp 58 lần Facebook và gấp 120 lần so với Twitter, một con số không hề nhỏ! Vì vậy, Instagram là một vùng đất khá tuyệt vời để các doanh nghiệp có thể tập trung khai thác các tính năng của nó nhằm quảng bá sản phẩm cũng như tăng độ nhận diện thương hiệu trong mắt khách hàng. Ngay cả những thương hiệu lớn trên thế giới như các nhãn hiệu thời trang Chanel, Gucci hay Dior... đều lấy Instagram là phương tiện truyền thông để quảng bá hình ảnh của mình, giới thiệu các bộ sưu tập mới nhất, độc đáo nhất và tương tác với mọi người trên toàn thế giới.

3. Tại sao Instagram lại thống trị tất cả các nền tảng truyền thông khác?

Instagram trở nên độc đáo trong vô số nền tảng mạng xã hội hiện nay bởi sự đơn giản trong cách sử dụng cũng như trong thiết kế. Nó cung cấp cho người dùng một công cụ để thể hiện bản thân một cách tự nhiên để ghi lại và chia sẻ cuộc sống của bạn, những màu sắc thương hiệu của công ty bạn với thế giới, hoặc đơn giản hơn là với những người mà họ biết và quan tâm.

Nhận thức thương hiệu, tương tác của đối tượng khách hàng mục tiêu, tìm kiếm những khách hàng tiềm năng và tăng doanh thu bán hàng là những mục tiêu mà bất kỳ cá nhân hay doanh nghiệp có thể thực hiện trên chính nền tảng Instagram. Nó cho phép bạn bày tỏ thông tin về thương hiệu của mình, xây dựng cộng đồng và khai thác một thế giới với hàng triệu con người. Nó là nguồn lực cực kỳ quý giá để xây dựng một đế chế của những người theo dõi, hâm mộ trung thành, những người có thể chờ chỉ để mua sản phẩm hay sử dụng dịch vụ của bạn.

Vậy, vì sao lại nói Instagram đang trở nên thống trị tất cả các mạng xã hội khác?

- Instagram cho phép bạn tiếp cận tới 100% lượng người theo dõi bạn, trong khi đó với mạng xã hội Facebook thì lượng reach chỉ dừng lại ở con số 6%.

- Lượt tương tác của Facebook với các hành động như Thích, Bình luận, Chia sẻ gấp gần 60 lần so với Facebook và con số này lên tới 120 lần so với Twitter.

- Instagram được biết đến như một platform cực kỳ dễ sử dụng.

- Instagram tăng trưởng với một tốc độ chóng mặt. Con số thống kê vào quý I năm 2018 là 5% vượt mặt Facebook với tốc độ tăng trưởng 4.14%.

- Instagram có sự phân phối bình đẳng giữa người dùng iPhone và Android.

- Instagram cực kỳ hiệu quả trong việc xóa tài khoản giả mạo và spam.

- 96% các nhà quảng cáo tận dụng platform Facebook, nhưng chỉ có khoảng 36% nhà quảng cáo đang dùng Instagram để phân phối và hiển thị quảng cáo này. Việc có khoảng 1 tỷ người dùng Instagram và 2.196 tỷ người dùng Facebook thì bạn biết mức độ cạnh tranh của quảng cáo như thế nào rồi đấy!

4. Quy tắc trong cuộc chơi của Instagram

Bạn không thể tham gia trò chơi khi không rõ quy tắc và dĩ nhiên bạn không thể tham gia vào cuộc chơi Instagram nếu không hiểu được chính xác cách hoạt động của Platform này. Nếu là người mới, hãy đọc nó như một bước khởi động với Instagram. Còn nếu đã là một chuyên gia, việc đọc lại những phần này cũng là một cách hệ thống lại kiến thức cho chính bản thân mình.

Phần lớn người dùng truy cập vào Instagram thông qua ứng dụng di động

Thật vậy, có đến 99% người dùng truy cập Instagram bằng ứng dụng di động, bởi việc này dễ dàng hơn rất nhiều khi truy cập Instagram bằng ứng dụng trên PC. Bạn không cần phải lo lắng về 1% kia, vì có thể phần lớn trong số đó cũng đang dành rất nhiều thời gian của họ trên điện thoại nhưng chỉ là họ không dùng Instagram mà thôi. Nên nhớ, những gì bạn nhìn thấy và cảm nhận thông qua máy tính sẽ không giống với những gì người khác nhìn nhận thông qua các thiết bị di động của họ. Đây chính là sự

khác biệt của Instagram với các nền tảng mạng xã hội khác. Vậy nên, đừng bao giờ quên điều chỉnh những thông tin bạn đăng trên ứng dụng điện thoại để phù hợp với hành vi của khách hàng.

Và vì ứng dụng dùng trên điện thoại với những trải nghiệm chủ yếu đến từ visual content (nội dung thị giác), nên bạn sẽ bị giới hạn về text, các đoạn nội dung dài không có chỗ chứa. Bạn nên làm ngắn nó lại bằng cách tập trung vào những thông tin nổi bật nhất. Việc truyền tải thông điệp bằng hình ảnh sẽ quan trọng hơn rất nhiều so với việc sử dụng văn bản mà chúng ta thường thấy ở các bài post trên Facebook.

Hãy thử tưởng tượng, trên Instagram lúc này người dùng đang nhanh chóng lướt qua tất cả các bài đăng trên Newsfeed và họ sẽ dừng lại để tương tác với những bài đăng nào có hình ảnh hấp dẫn. Do đó, việc thu hút sự chú ý của người dùng thông qua hình ảnh là điều mà bạn cần phải làm được. Và nếu lỡ như bạn có đặt link đổ về trang đích của mình ở phần mô tả của bài đăng thì đừng quên trang đích đó cũng cần phải tối ưu hóa hoàn toàn phù hợp với các thiết bị di động. Nếu không công sức mà bạn bỏ ra xem như đổ sông đổ bể.

Hãy nhớ, phiên bản của Instagram chỉ dùng cho các thiết bị di động. Phiên bản máy tính chỉ dùng cho việc hỗ trợ kiểm soát và quản lý quảng cáo. Nó gần như không có hỗ trợ cho bạn nhiều trong việc sử dụng nhất là bạn vẫn không thể đăng được bài lên tài khoản Instagram của mình từ phiên bản máy tính.

Visual là yếu tố then chốt

Một nghiên cứu chỉ ra rằng, chúng ta nhớ những hình ảnh sống động tốt hơn nhiều so với mọi thứ khác. Instagram đã tận dụng nguyên tắc sinh học này. Chúng lợi dụng triệt để hình ảnh để thu hút nhiều người theo dõi hơn.

Mỗi bức ảnh được chọn lựa và đăng tải yêu cầu cần phải có chất lượng cao. Trong thời gian gần đây, mọi người đều mong đợi những bức ảnh rõ ràng như là một mức yêu cầu tối thiểu. Và việc của bạn phải làm là thiết kế tốt những hình ảnh đủ rõ ràng, đủ sạch sẽ thu hút ánh nhìn từ những người xem để kéo họ tương tác với nội dung của bạn để dẫn họ đi đến mục tiêu cuối cùng.

Cộng đồng của bạn đã sẵn sàng trên Instagram

Mặc dù bạn sẽ tạo ra chính cộng đồng của riêng mình, nhưng bạn cũng nên hiểu rằng những nhóm người này cũng sẽ có sự theo

đổi, tương tác với những thương hiệu khác trong hầu hết các lĩnh vực. Vậy nên bạn cần xác định chính xác vị trí và mong muốn của bạn để có thể tìm ra được cách khai thác chúng.

Đừng quên bạn phải hiểu về Instagram trước khi bạn có thể tận dụng hiệu quả về cộng đồng lớn của bạn và sử dụng chúng như một công cụ tạo ra lợi nhuận nhất quán!

5. Các loại tài khoản Instagram

Tài khoản cá nhân

Đây là tài khoản của cá nhân bạn, thường được sử dụng để chia sẻ những khoảnh khắc nổi bật, thú vị từ cuộc sống cũng như thế mạnh của riêng mình.

Tài khoản doanh nghiệp

Nội dung của trang này dĩ nhiên là cung cấp những thông tin về sản phẩm hay dịch vụ của bạn, hoặc có thể là những nội dung truyền thông về thương hiệu với hy vọng rằng có thêm nhiều khách hàng mới hoặc nhiều người biết đến thương hiệu của bạn hơn.

6. Chính sách người dùng

Đối tượng được sử dụng Instagram là khi:

- Bạn phải từ 13 tuổi trở lên hoặc ở độ tuổi pháp định tối thiểu tại quốc gia mình để sử dụng Instagram.
- Bạn phải không bị cấm nhận bất kỳ phần nào trong Dịch vụ của Instagram theo luật hiện hành hoặc không bị cấm thực hiện các khoản thanh toán liên quan đến Dịch vụ nếu bạn thuộc danh sách bên bị từ chối đang áp dụng.
- Trước đây, bạn chưa bị Instagram vô hiệu hóa tài khoản do vi phạm pháp luật hoặc vi phạm bất kỳ chính sách nào của Instagram.
- Bạn không phải là tội phạm tình dục đã bị kết án.

Bạn không được phép sử dụng Instagram nếu:

- Bạn mạo danh người khác hoặc cung cấp thông tin không chính xác. Bạn không cần tiết lộ danh tính của mình trên Instagram nhưng bạn phải cung cấp những thông tin cập nhật chính xác

(bao gồm thông tin đăng ký). Ngoài ra, bạn không được mạo danh người khác và bạn không thể tạo tài khoản cho người khác trừ khi được họ cho phép rõ ràng.

- Bạn làm bất kỳ điều gì trái pháp luật, gây hiểu nhầm, gian lận hay cho mục đích bất hợp pháp hoặc trái phép.

- Bạn vi phạm (hoặc giúp đỡ hay khuyến khích người khác vi phạm) các Điều khoản này hoặc chính sách của Instagram, bao gồm cụ thể là [Nguyên tắc cộng đồng của Instagram](#), [Chính sách nền tảng của Instagram](#) và [Nguyên tắc về âm nhạc](#).

- Bạn làm bất cứ điều gì gây trở ngại hoặc ảnh hưởng đến hoạt động của Dịch vụ.

- Bạn cố tạo tài khoản, truy cập hoặc thu thập thông tin một cách trái phép. Điều này bao gồm việc tạo tài khoản hoặc thu thập thông tin theo cách tự động mà không được Instagram cho phép rõ ràng.

- Bạn tìm cách mua, bán hoặc chuyển nhượng bất kỳ phần nào trong tài khoản của mình (bao gồm tên người dùng) hoặc yêu cầu, thu thập hay sử dụng thông tin đăng nhập hoặc huy hiệu của người dùng khác.

- Bạn đăng thông tin riêng tư hay bí mật hoặc làm bất cứ điều gì vi phạm quyền của người khác, bao gồm tài sản trí tuệ.

- Bạn sử dụng tên miền hoặc URL trong tên người dùng của mình mà không được Instagram cho phép trước bằng văn bản.

Quyền của người sử dụng Instagram

- Instagram không có quyền sở hữu nội dung của bạn nhưng bạn cho phép Instagram sử dụng nội dung đó.

- Instagram không có quyền sở hữu nội dung mà bạn đăng lên Dịch vụ hoặc đăng thông qua Dịch vụ. Thay vào đó, khi bạn chia sẻ, đăng hoặc tải nội dung được bảo vệ theo quyền sở hữu trí tuệ (như ảnh hoặc video) lên hoặc liên quan đến Dịch vụ của Instagram, thì bằng văn bản này, bạn cấp cho Instagram giấy phép trên toàn cầu, không độc quyền, miễn phí bản quyền, có thể chuyển nhượng, có thể cấp phép thứ cấp để lưu trữ, sử dụng, phân phối, sửa đổi, chạy, sao chép, trình diễn hoặc hiển thị công khai, dịch và tạo sản phẩm phái sinh từ nội dung của bạn (theo cài đặt quyền riêng tư và ứng dụng của bạn). Bạn có thể chấm dứt giấy

phép này bất cứ lúc nào bằng cách xóa nội dung hoặc tài khoản của mình. Tuy nhiên, nội dung sẽ tiếp tục xuất hiện nếu bạn đã chia sẻ với người khác và họ chưa xóa nội dung này.

- Quyền sử dụng tên người dùng, ảnh đại diện và thông tin về các mối quan hệ cũng như hành động của bạn với tài khoản, quảng cáo và nội dung được tài trợ.

- Bạn cho phép Instagram hiển thị tên người dùng, ảnh đại diện và thông tin về hành động (chẳng hạn như lượt thích) hoặc các mối quan hệ (chẳng hạn như lượt theo dõi) của bạn bên cạnh hoặc liên quan đến các tài khoản, quảng cáo, ưu đãi và những nội dung được tài trợ khác mà bạn theo dõi hoặc tương tác và được hiển thị trên Sản phẩm của Facebook mà không phải trả phí cho bạn. Ví dụ: Instagram có thể hiển thị thông tin cho biết bạn đã thích một bài viết được tài trợ do một thương hiệu tạo ra, mà thương hiệu này đã trả tiền cho Instagram để hiển thị quảng cáo của họ trên Instagram. Cũng giống như các hành động trên nội dung khác và lượt theo dõi của các tài khoản khác, chỉ những người có quyền xem nội dung hoặc lượt theo dõi đó mới có thể xem hành động trên nội dung được tài trợ và lượt theo dõi của tài khoản được tài trợ.

- Instagram có thể tải xuống và cài đặt bản cập nhật cho Dịch vụ trên thiết bị của bạn khi có sự đồng ý của bạn.

Nguyên tắc cộng đồng

- Ngắn gọn: Chỉ đăng ảnh, video của chính bạn và luôn tuân thủ pháp luật. Tôn trọng mọi người trên Instagram, không spam mọi người hoặc đăng ảnh khỏa thân.

- Chi tiết

- Chỉ chia sẻ những ảnh và video mà bạn đã chụp hoặc có quyền chia sẻ.

- Hãy đăng nội dung xác thực và không đăng bất kỳ nội dung nào bạn đã sao chép hay thu thập từ Internet mà bạn không có quyền đăng.

- Đăng ảnh và video phù hợp với đối tượng đa dạng.

- Instagram không cho phép bạn đăng ảnh khỏa thân. Điều này bao gồm ảnh, video và một số nội dung được tạo bằng kỹ thuật số thể hiện sự giao hợp, khoe bộ phận sinh dục và ảnh cận cảnh khoe

vòng ba hoàn toàn trần trụi. Nội dung này cũng bao gồm một số ảnh núm vú phụ nữ nhưng ảnh về vết sẹo sau phẫu thuật cắt bỏ ngực và ảnh phụ nữ cho con bú một cách tích cực thì được cho phép. Hình ảnh khỏa thân trong ảnh chụp tranh và tượng cũng được phép.

- Mọi người thích chia sẻ ảnh hoặc video về con cái. Vì lý do an toàn, đôi khi Instagram có thể xóa hình ảnh thể hiện trẻ em khỏa thân hoặc khỏa thân một phần. Ngay cả khi được chia sẻ với mục đích tốt, nội dung này cũng có thể bị người khác sử dụng theo những cách không dự đoán được.

- Phát triển các tương tác có ý nghĩa và chân thật.

- Ngăn chặn spam bằng cách không thu thập lượt thích, người theo dõi hoặc lượt chia sẻ giả tạo, đăng bình luận hoặc nội dung lặp đi lặp lại hay liên tục liên hệ với mọi người vì mục đích thương mại mà không được sự chấp thuận của họ.

- Tuân thủ pháp luật.

- Instagram không phải là nơi để ủng hộ hay tán dương khủng bố, tội phạm có tổ chức hoặc các nhóm thù địch. Không được phép cung cấp dịch vụ tình dục, mua hoặc bán súng và thuốc cấm hay thuốc kê đơn (ngay cả khi việc đó là hợp pháp trong khu vực của bạn). Hãy nhớ luôn tuân thủ pháp luật khi bán hay mua các hàng hóa bị kiểm soát khác. Tài khoản quảng bá đánh bạc trực tuyến, các trò chơi về kỹ năng bằng tiền thật trực tuyến hoặc xổ số trực tuyến phải được chúng tôi cho phép bằng văn bản trước khi sử dụng bất kỳ sản phẩm nào của Instagram.

- Instagram sẽ không bỏ qua cho việc chia sẻ nội dung tình dục liên quan đến trẻ vị thành niên hay việc đe dọa sẽ đăng hình ảnh riêng tư của người khác.

- Tôn trọng các thành viên khác trong cộng đồng Instagram.

- Instagram sẽ xóa nội dung có chứa các mối đe dọa có thể xảy ra hoặc ngôn từ thù địch, nội dung nhằm vào các cá nhân để hạ thấp hay làm nhục họ, thông tin cá nhân nhằm mục đích hăm dọa hoặc quấy rối ai đó và các tin nhắn lặp đi lặp lại không mong muốn. Nhìn chung, Instagram cho phép các cuộc tranh luận mạnh mẽ xung quanh những người được đăng trong phần tin tức hoặc có đối tượng công chúng rộng lớn do nghề nghiệp hoặc các hoạt động họ lựa chọn.

- Instagram không bao giờ cho phép khuyến khích bạo lực hay tấn công bất cứ ai vì chủng tộc, dân tộc, nguồn gốc quốc gia, giới tính, bản dạng giới, xu hướng giới tính, thành phần tôn giáo, tình trạng khuyết tật hoặc bệnh tật của họ. Instagram có thể cho phép chia sẻ ngôn từ thù địch để thách thức hay nâng cao nhận thức. Trong các trường hợp đó, Instagram yêu cầu bạn phải thể hiện mục đích rõ ràng.

- Những mối đe dọa nghiêm trọng ảnh hưởng đến sự an toàn của cá nhân và cộng đồng không được cho phép. Điều này bao gồm các mối đe dọa cụ thể về tổn hại thân thể cũng như mối đe dọa về trộm cắp, phá hoại hoặc tổn hại tài chính khác. Instagram sẽ xem xét cẩn thận các báo cáo về mối đe dọa và xem xét nhiều vấn đề khi xác định xem một mối đe dọa có đáng tin hay không.

- Không tôn vinh hành động tự gây thương tích.

- Cộng đồng Instagram quan tâm lẫn nhau và thường là nơi mà những người phải đối mặt với các vấn đề khó khăn như rối loạn ăn uống, cắt hoặc các hình thức tự gây thương tích khác đến với nhau để nâng cao nhận thức hoặc tìm sự hỗ trợ. Instagram cố gắng thực hiện vai trò của mình bằng cách cung cấp hướng dẫn trong ứng dụng và thêm thông tin trong [Trung tâm trợ giúp](#) để mọi người có thể nhận được trợ giúp mà họ cần.

- Khuyến khích hoặc cố gắng xúi giục mọi người tự gây thương tích là hành vi trái với môi trường hỗ trợ này và Instagram sẽ xóa nội dung đó hoặc vô hiệu hóa tài khoản nếu nhận được báo cáo về việc này. Instagram cũng có thể xóa nội dung xác định danh tính nạn nhân hoặc những người sống sót sau hành vi tự gây thương tích nếu nội dung nhằm vào họ để tấn công hoặc đùa cợt.

- Hãy suy nghĩ kỹ khi đăng sự kiện có giá trị về mặt tin tức.

- Nhiều người sử dụng Instagram để chia sẻ các sự kiện quan trọng và có giá trị về mặt tin tức. Một số vấn đề này có thể bao gồm hình ảnh phản cảm. Do có quá nhiều người và nhóm tuổi khác nhau sử dụng Instagram, Instagram có thể xóa video có hình ảnh dữ dội, phản cảm để đảm bảo Instagram luôn phù hợp với mọi người.

- Mọi người thường chia sẻ loại nội dung này để lên án, nâng cao nhận thức hoặc giáo dục. Nếu bạn chia sẻ nội dung vì các lý do này, Instagram khuyến khích bạn nên chú thích ảnh của mình bằng lời cảnh báo về hình ảnh bạo lực. Không được phép chia sẻ hình ảnh

phản cảm để gây tác dụng kích khổ hoặc để tôn vinh bạo lực.

- Duy trì sự vững mạnh của cộng đồng Instagram

● Mỗi chúng ta là một phần quan trọng của cộng đồng Instagram. Nếu bạn nhìn thấy nội dung nào đó mà bạn cho rằng có thể vi phạm nguyên tắc của Instagram, hãy giúp Instagram bằng cách sử dụng [tùy chọn báo cáo tích hợp sẵn](#). Instagram có một nhóm toàn cầu sẽ đánh giá các báo cáo này và làm việc nhanh nhất có thể nhằm xóa nội dung không đáp ứng các nguyên tắc của Instagram. Ngay cả khi bạn hay ai đó mà bạn biết không có tài khoản Instagram, bạn vẫn có thể [gửi báo cáo](#). Khi bạn hoàn thành báo cáo, hãy cố gắng cung cấp nhiều thông tin nhất có thể, như liên kết, tên người dùng và mô tả về nội dung để chúng tôi có thể tìm thấy và đánh giá một cách nhanh chóng. Instagram có thể xóa toàn bộ bài viết nếu hình ảnh hoặc chú thích có liên quan vi phạm nguyên tắc của chúng tôi.

● Bạn có thể tìm thấy nội dung mà bạn không thích nhưng nội dung đó không vi phạm Nguyên tắc cộng đồng. Nếu điều đó xảy ra, bạn có thể [bỏ theo dõi](#) hoặc [chặn](#) người đã đăng nội dung đó. Nếu có nội dung nào đó bạn không thích trong bình luận về một trong các bài viết của bạn, bạn có thể [xóa bình luận đó](#).

● Nhiều tranh chấp và hiểu lầm có thể được giải quyết trực tiếp giữa các thành viên trong cộng đồng. Nếu người khác đăng một trong số các ảnh hay video của bạn, bạn có thể thử bình luận về bài viết đó và yêu cầu người đó gỡ bài viết xuống. Nếu cách làm đó không hiệu quả, bạn có thể [gửi báo cáo bản quyền](#). Nếu bạn cho rằng ai đó đang vi phạm nhãn hiệu thương mại của mình, bạn có thể [gửi báo cáo nhãn hiệu thương mại](#). Không được nhắm vào người đã đăng bài viết đó bằng cách đăng ảnh chụp màn hình và thu hút sự chú ý đến sự việc vì điều đó có thể được cho là quấy rối.

● Instagram có thể làm việc với cơ quan thực thi luật pháp, bao gồm cả khi chúng tôi cho rằng có nguy cơ tổn hại về thân thể hoặc mối đe dọa tới an toàn cộng đồng.

TÓM TẮT PHẦN I

1. Instagram là gì?

Instagram là ứng dụng chia sẻ ảnh và video miễn phí trên Apple iOS, Android và Windows Phone. Chúng ta có thể đăng tải ảnh hoặc video và chia sẻ chúng với người theo dõi của mình hoặc với một nhóm bạn bè chọn lọc. Họ có thể xem, bình luận và thích bài

viết mà bạn bè chia sẻ trên Instagram. Bất kỳ ai từ 13 tuổi trở lên đều có thể tạo tài khoản bằng cách đăng ký địa chỉ email và chọn tên người dùng.

2. Lợi ích khi sử dụng Instagram

- Cài đặt và sử dụng ứng dụng đơn giản, nhanh chóng
- Giao diện bắt mắt
- Khiến hình ảnh bình thường trở nên cuốn hút
- Hạn chế tạo cảm giác bị làm phiền cho người dùng
- Cung cấp nhiều tính năng và ứng dụng
- Công cụ dẫn đầu trong hoạt động tiếp thị truyền thông

3. Tại sao Instagram lại thống trị tất cả các nền tảng truyền thông khác?

- Instagram cho phép bạn tiếp cận tới 100% lượng người theo dõi bạn, trong khi đó với mạng xã hội Facebook thì lượng reach chỉ dừng lại ở con số 6%.
- Lượt tương tác của Facebook với các hành động như Thích, Bình luận, Chia sẻ gấp gần 60 lần so với Facebook và con số này lên tới 120 lần so với Twitter.
- Instagram được biết đến như một platform cực kỳ dễ sử dụng.
- Instagram tăng trưởng với một tốc độ chóng mặt. Con số thống kê vào quý I năm 2018 là 5% vượt mặt Facebook với tốc độ tăng trưởng 4.14%.
- Instagram có sự phân phối bình đẳng giữa người dùng iPhone và Android.
- Instagram cực kỳ hiệu quả trong việc xóa tài khoản giả mạo và spam.
- 96% các nhà quảng cáo tận dụng platform Facebook, nhưng chỉ có khoảng 36% nhà quảng cáo đang dùng Instagram để phân phối và hiển thị quảng cáo này

4. Quy tắc trong cuộc chơi của Instagram

- Phần lớn người dùng Instagram truy cập thông qua ứng dụng di động
- Visual là yếu tố then chốt
- Cộng đồng của bạn đã sẵn sàng trên Instagram

5. Các loại tài khoản Instagram

- Tài khoản cá nhân
- Tài khoản doanh nghiệp

6. Chính sách người dùng Instagram

- Đối tượng được sử dụng Instagram
- Cách sử dụng Instagram không được cho phép
- Quyền của người sử dụng Instagram
- Nguyên tắc cộng đồng

PHẦN II

TẠO VÀ HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG TÀI KHOẢN INSTAGRAM

Chương 1

Tạo tài khoản Instagram

1. Cách thiết lập tài khoản Instagram

Cách thiết lập tài khoản Instagram trên điện thoại

Khi bạn đã sở hữu một chiếc điện thoại di động cảm ứng trong tay, và kết nối với Internet thì việc thiết lập tài khoản cá nhân, đăng tải ảnh lên trang profile và tương tác với mọi người đã không còn quá khó khăn cho những người mới bắt đầu sử dụng Instagram.

- **Bước 1:** Tìm ứng dụng Instagram trên App Store (Iphone) hoặc cửa hàng Google Play (Android) và ấn nút download để tải ứng dụng này về thiết bị di động của bạn.

- **Bước 2:** Đăng ký tài khoản Instagram.

Sau khi đã download ứng dụng và khởi chạy thành công, bạn ấn vào biểu tượng của Instagram trên màn hình điện thoại và bắt đầu tiến hành tạo tài khoản Instagram của chính mình. Instagram sẽ đưa ra cho bạn hai lựa chọn:

Cách 1: Đăng ký tài khoản Instagram bằng cách đăng nhập tài khoản Facebook của bạn.

Cách 2: Đăng ký tài khoản Instagram bằng địa chỉ Email hoặc số điện thoại của bạn.

Instagram

Số điện thoại, email hoặc tên người dùng

Mật khẩu

Đăng nhập

Bạn quên chi tiết đăng nhập à? **Hãy nhận trợ giúp để đăng nhập.**

HOẶC

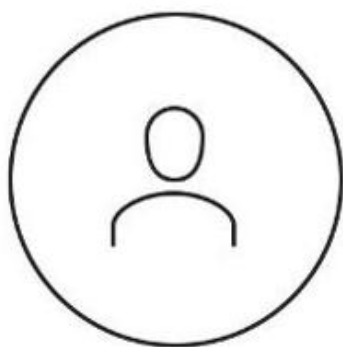


Đăng nhập bằng Facebook

Bạn chưa có tài khoản? **Hãy đăng ký.**

- Đầu tiên, bạn nhấn vào nút Đăng ký (Sign up) ở phía dưới màn hình điện thoại.
- Sau đó, bạn nhấn vào phần Đăng ký bằng email hoặc số điện

thoại và bạn có thể lựa chọn đăng ký tài khoản Instagram bằng một trong hai phương thức này. Bạn cần lưu ý một điều đó là số điện thoại hoặc địa chỉ email mà bạn muốn dùng để đăng ký tài khoản Instagram của mình phải mới và chưa từng được đối tượng nào sử dụng để đăng ký tài khoản trước đây. Bởi, mỗi một tài khoản Instagram sẽ tương ứng với một số điện thoại hoặc một địa chỉ email mà thôi.



SỐ ĐIỆN THOẠI

EMAIL

book@mediazcorp.com

Tiếp

Bạn đã có tài khoản? Hãy đăng nhập.

- Nếu như bạn đăng ký tài khoản Instagram bằng số điện thoại thì hệ thống sẽ gửi đến tin nhắn của bạn mã xác nhận gồm 6 chữ số. Bạn cần phải nhập mã xác nhận này thì mới được thực hiện các bước tiếp theo. Còn nếu bạn đăng ký tài khoản Instagram

bằng địa chỉ email thì chỉ cần nhập địa chỉ email của mình và sau đó nhấn nút Tiếp.

- Một hộp thoại sẽ xuất hiện, và công việc mà bạn cần làm là điền tên và mật khẩu mà bạn muốn đặt cho tài khoản Instagram của mình. Bạn nên tạo một cái tên đơn giản, gắn liền với tên thương hiệu của bạn và chưa từng được người khác sử dụng. Còn mật khẩu của tài khoản Instagram bạn nên kết hợp cả chữ cái và con số để đặt nhằm tăng tính bảo mật cho tài khoản của mình.

TÊN VÀ MẬT KHẨU

mediazbook

Các liên hệ của bạn được đồng bộ định kỳ và lưu trữ an toàn trên máy chủ của chúng tôi. Để xóa liên hệ, bạn hãy đi tới Cài đặt và ngắt kết nối. [Tìm hiểu thêm.](#)

Tiếp

Tiếp tục mà không đồng bộ danh bạ

● Sau đó, Instagram đưa ra các gợi ý để bạn hoàn thiện việc tạo tài khoản của mình như:

+ *Tìm bạn bè trên Facebook để theo dõi bằng cách kết nối với tài*



Tìm bạn bè trên Facebook để theo dõi

Bạn chọn người để theo dõi và chúng tôi sẽ không bao giờ đăng lên Facebook mà không có sự cho phép của bạn.

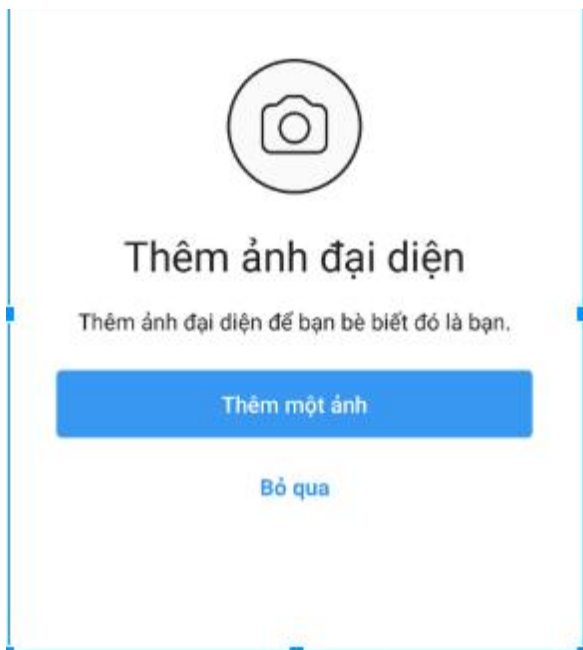


Kết nối với Facebook

Bỏ qua

+ Theo dõi các tài khoản khác có liên hệ với tài khoản của mình dựa trên việc đồng bộ danh bạ hoặc địa chỉ email

+ Thêm ảnh đại diện để bạn bè biết tài khoản Instagram này là của bạn



+ Hệ thống có thể lưu thông tin đăng nhập của bạn trên thiết bị di động, nếu bạn nhấn vào Lưu thì khi đăng nhập lại tài khoản trên thiết bị này, bạn không cần nhập thông tin nữa.

Sau khi hoàn thành những công đoạn này, bạn đã có thể bước chân vào thế giới tràn ngập màu sắc, đầy sự thú vị của Instagram rồi!

- **Bước 3:** Tạo tài khoản Instagram for Business

Để thay đổi từ tài khoản Instagram cá nhân sang tài khoản Instagram for Business, bạn thực hiện như sau:

➤ Bạn vào phần Trang cá nhân và nhấn vào biểu tượng 3 nét gạch ngang góc bên phải, phía trên cùng của màn hình.

➤ Tiếp đó, bạn hãy nhấn vào phần Cài đặt, và chọn Chuyển sang tài khoản kinh doanh.

➤ Màn hình Chào mừng sẽ xuất hiện, bạn nhấp vào Tiếp tục để tìm hiểu thêm về tài khoản Instagram dành cho doanh nghiệp. Những lợi ích khi sử dụng Instagram dành cho doanh nghiệp sẽ được hiển thị trên màn hình điện thoại của bạn, nhấn Tiếp tục ở cuối mỗi trang cho đến khi xuất hiện một hộp thoại bao gồm những thông tin cần thiết mà bạn cần phải điền vào để giới thiệu sơ qua về doanh nghiệp, thương hiệu của bạn.

❖ Chọn hạng mục cho trang kinh doanh của bạn: Bạn cần chọn hạng mục chính và hạng mục phụ để mọi người biết doanh nghiệp của bạn đang kinh doanh những mặt hàng gì.

❖ Tiếp theo sẽ là phần xác nhận những thông tin như địa chỉ Email và số điện thoại doanh nghiệp mà bạn đã cung cấp cho Instagram. Những tùy chọn liên hệ này được liên kết với trang kinh doanh của bạn. Và bạn có thể thay đổi chúng bất cứ lúc nào mà bạn muốn bằng cách nhấn vào Thay đổi tùy chọn liên hệ.

❖ Sau khi bạn xác nhận các thông tin của doanh nghiệp đã chính xác, bạn được yêu cầu kết nối trang kinh doanh với Facebook. Có một điều bạn cần chú ý ở đây đó là để liên kết tài khoản Instagram với trang Fanpage Facebook của thương hiệu mà bạn đang sở hữu, thì trước tiên bạn phải là một quản trị viên của trang đó. Tiếp đó, bạn nhấn vào phần Chọn trang. Và dĩ nhiên, tất cả những Fanpage mà bạn đang làm quản trị viên sẽ xuất hiện trong mục này, bạn chỉ cần nhấn một trang Fanpage mà bạn muốn lựa chọn để liên kết với tài khoản Instagram, và ấn Tiếp theo để chuyển sang phần Thiết lập trang kinh doanh.

❖ Trong phần này, bạn có quyền chỉnh sửa hoặc xóa mọi thông tin mà bạn không muốn hiển thị trên Instagram. Nhưng bạn nên điền đầy đủ các thông tin như địa chỉ Email, số điện thoại và địa chỉ văn phòng để khách hàng thuận tiện trong việc liên lạc với doanh nghiệp của bạn. Những thông tin này bạn có thể chỉnh sửa ở phần Cài đặt bất cứ lúc nào mà bạn muốn.

Đến đây, bạn đã hoàn thành các quy trình thiết lập một tài khoản Instagram Business để có thể tiến hành quảng bá thương hiệu của bạn trên Instagram! Thật đơn giản và dễ thực hiện, đúng không nào?

Cách thiết lập tài khoản Instagram trên máy tính

Các quy trình thiết lập tài khoản Instagram trên máy tính hoàn toàn tương tự với các bước thực hiện tạo tài khoản Instagram trên điện thoại. Tuy nhiên, thay vì đăng ký trên ứng dụng điện thoại, bạn sẽ thực hiện trên website <http://www.instagram.com>



Làm cách nào để thêm và chuyển đổi giữa nhiều tài khoản Instagram?

Khi thêm nhiều tài khoản Instagram, bạn có thể chuyển đổi giữa các tài khoản đó mà không phải đăng xuất và đăng nhập lại. Cách thêm nhiều tài khoản Instagram như sau:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Click vào Thêm tài khoản.
- Nhập tên người dùng và mật khẩu của tài khoản bạn muốn thêm.

Để chuyển đổi giữa các tài khoản bạn đã thêm:

- Truy cập trang cá nhân của bạn.
- Nhấn vào tên người dùng của bạn ở đầu màn hình.
- Nhấn vào tài khoản mà bạn muốn chuyển sang.

Bạn có thể thêm tối đa 5 tài khoản.

Làm cách nào để xóa tài khoản Instagram đã thêm?

Bạn có thể xóa tài khoản Instagram khỏi thiết bị iOS. Đăng xuất khỏi tài khoản không mong muốn bằng các bước sau:

- **Chuyển sang tài khoản** bạn muốn xóa.
- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Nhấn vào Đăng xuất khỏi [tên người dùng] hoặc Đăng xuất khỏi tất cả tài khoản.
- Chọn có nhớ mật khẩu hay không rồi nhấn vào Đăng xuất.

Nếu bạn chọn Đăng xuất khỏi [tên người dùng], bạn vẫn đăng nhập các tài khoản Instagram khác. Việc chọn Đăng xuất khỏi tất cả tài khoản sẽ xóa tất cả tài khoản bạn đã thêm trên điện thoại.

Bạn cũng có thể **tạm thời vô hiệu hóa** hoặc **xóa vĩnh viễn** tài khoản Instagram, nhưng bạn chỉ có thể thực hiện việc này từ máy tính hoặc trình duyệt web trên di động chứ không phải trong ứng dụng Instagram.

Nếu đã **thêm nhiều tài khoản Instagram**, bạn có thể nhận được thông báo từ bất kỳ tài khoản nào đã bật các thông báo này. Điều này tùy thuộc vào thời điểm bạn đăng nhập lần cuối cùng và số thiết bị đăng nhập vào tài khoản đó.

Để xem nhanh số lượng thông báo cho từng tài khoản bạn đã thêm, hãy đi tới trang cá nhân và nhấn vào tên người dùng của bạn ở trên cùng.

2. Chính sách tên người dùng

Làm gì nếu tên người dùng đã được lấy nhưng không hoạt động?

Nếu bạn muốn sử dụng tên người dùng đã được chọn, nhưng tài khoản đầy đường như không hoạt động bạn có thể chọn một phiên bản có sẵn của tên người dùng để sử dụng trên Instagram. Bạn có thể thêm dấu chấm, con số, dấu gạch dưới hoặc chữ viết tắt để giúp bạn có được tên người dùng chưa được sử dụng.

Lưu ý: Instagram khuyến khích mọi người đăng nhập và sử dụng Instagram một khi đã tạo tài khoản. Để giữ cho tài khoản của bạn hoạt động, hãy đảm bảo đăng nhập và chia sẻ hình ảnh, cũng như cập nhật các lượt thích và bình luận về ảnh.

Tài khoản thương hiệu của bạn đã được sử dụng bởi một đối tượng khác

Vi phạm bản quyền thương hiệu là khi bạn sử dụng tên, logo hoặc các tài liệu của các doanh nghiệp khác theo cách lừa dối hoặc dễ gây nhầm lẫn cho người dùng về nhãn hiệu hoặc liên kết kinh doanh của họ.

Còn nếu tên thương hiệu của bạn được người khác sử dụng theo cách không có liên quan đến sản phẩm dịch vụ mà thương hiệu của bạn cung cấp thì đó không phải là vi phạm chính sách thương hiệu của Instagram.

3. Khắc phục sự cố về việc báo lỗi trong khi tạo tài khoản

Làm gì khi bạn nhận một email thông báo đã tạo tài khoản Instagram mới trong khi ngay lúc đó bạn không đăng ký tài khoản nào cả?

Nếu như một đối tượng nào đó đã cố tình sử dụng địa chỉ email của bạn để đăng ký tài khoản Instagram thì bạn có thể xóa email khỏi tài khoản đó bằng cách:

- Thứ nhất, hãy đăng xuất (nếu bạn đã có một tài khoản Instagram). Trước khi đăng xuất, hãy chắc chắn rằng bạn có quyền truy cập vào địa chỉ email hiện đang liên kết với tài khoản mà bạn đang sử dụng.

- Thứ hai, hãy truy cập vào email thông báo mà bạn đã nhận được (nếu bạn chưa có tài khoản Instagram). Sau đó, bạn hãy click vào *Cho chúng tôi biết* ở cuối email “Chào mừng bạn đến với Instagram, hãy cho chúng tôi biết nếu đây không phải là bạn?”. Khi đó, bạn có thể sử dụng địa chỉ email này để đăng ký một tài khoản Instagram mới hoặc thêm vào tài khoản Instagram hiện tại của bạn.

Địa chỉ Email này đã được sử dụng

Nếu địa chỉ email của bạn được liên kết với một tài khoản Instagram nhưng bạn không sở hữu tài khoản đó, vui lòng sử dụng mẫu này để chúng tôi biết.

Bạn đang báo cáo sự cố nào?

- ☐ Tôi đã nhận được email thông báo rằng tôi đã tạo một tài khoản Instagram mới nhưng tôi không hề đăng ký tài khoản mới.
- ☐ Tôi không thể thêm email vào tài khoản Instagram của mình vì email đó đã được sử dụng.
- ☐ Tôi không thể đăng ký tài khoản vì email của tôi đã được sử dụng.
- ☐ Tôi không thể truy cập tài khoản của mình.
- ☐ Tài khoản của tôi đã bị hack.
- ☐ I'm having trouble with a mobile phone number associated with an Instagram account.

Gửi

Làm thế nào để đăng ký tài khoản Instagram khi địa chỉ email hoặc số điện thoại của bạn đã được đăng ký trước đó?

- Nếu bạn đã đăng ký Instagram bằng địa chỉ email hoặc số điện thoại của mình nhưng bạn không thể nhớ được mật khẩu, bạn có thể nhấn vào Đặt lại mật khẩu và đăng nhập vào tài khoản.

- Nếu bạn đã nhập đúng địa chỉ email hoặc số điện thoại và nhìn thấy thông báo địa chỉ email hoặc số điện thoại này đã được sử dụng nhưng bạn chưa hề đăng ký tài khoản Instagram cho số điện thoại hay email này, thì hãy phản hồi lại cho Instagram theo đường link: <http://link.mzg.vn/EmJdP>



TÓM TẮT PHẦN II CHƯƠNG 1

1. Cách thiết lập tài khoản Instagram

- Cách thiết lập tài khoản Instagram trên điện thoại
- Cách thiết lập tài khoản Instagram trên máy tính
- [Làm cách nào để thêm và chuyển đổi giữa nhiều tài khoản](#)

Instagram?

- [Làm cách nào để xóa tài khoản Instagram đã thêm?](#)

2. Chính sách tên người dùng

- Làm gì nếu tên người dùng đã được lấy nhưng không hoạt động?
- Tài khoản thương hiệu của bạn đã được sử dụng bởi một đối tượng khác

3. Khắc phục sự cố về việc báo lỗi trong tạo tài khoản

- Làm gì khi bạn nhận một email thông báo đã tạo tài khoản Instagram mới trong khi bạn không đăng ký tài khoản nào cả?
- Làm thế nào để đăng ký tài khoản Instagram khi địa chỉ email hoặc số điện thoại của bạn đã được đăng ký trước đó?

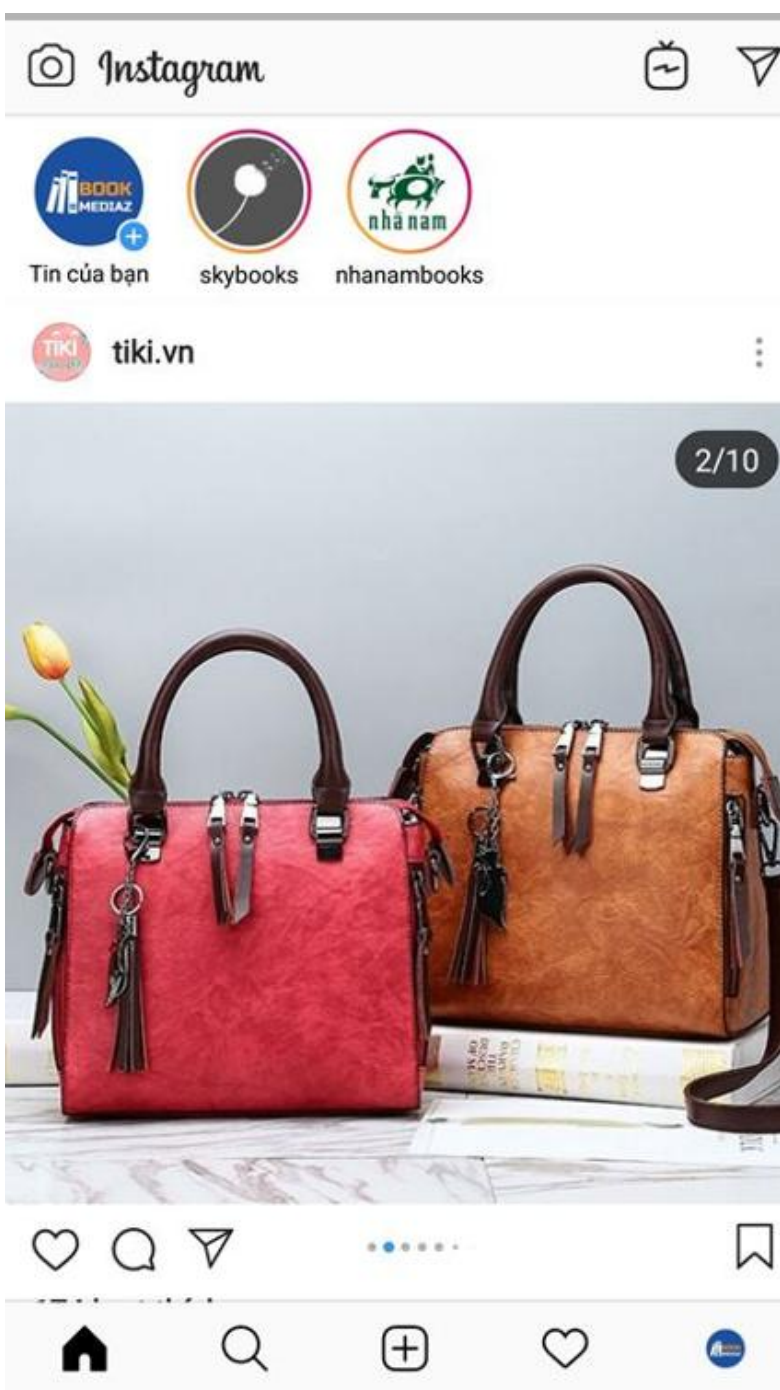
Chương 2

Cấu hình tài khoản

Giao diện của Instagram bao gồm rất nhiều phần, mỗi phần mang một chức năng khác nhau. Dưới đây là cấu hình cơ bản của một tài khoản Instagram mà những người lần đầu tiên tiếp xúc với mạng xã hội này cần phải nắm rõ để có thể sử dụng nó một cách dễ dàng hơn, thuận thực hơn.

1. Bảng tin

Sau khi bạn mở ứng dụng Instagram, một giao diện sẽ xuất hiện ngay trên màn hình điện thoại của bạn với kết cấu có tổ chức, không mang lại cảm giác cứng nhắc mà vẫn gây ấn tượng mạnh với người dùng bởi chính sự đơn giản, thân thiện của nó. Mục bảng tin này được thiết kế hóa bằng biểu tượng nút Home (hình ngôi nhà) và được chia thành các bộ phận nhỏ sắp xếp theo trình tự từ trên xuống dưới như sau:



- Góc bên trái, phía trên cùng của màn hình là biểu tượng máy ảnh. Tại đây, bạn có thể chụp ảnh, quay video hoặc thực hiện livestream trong phần **Tin của bạn** trên tài khoản Instagram của mình với các hiệu ứng chỉnh sửa hình ảnh được Instagram cung

cấp.

- Hãy cùng nhìn sang góc bên phải, phía trên cùng của màn hình, đập vào mắt chúng ta là hai biểu tượng được thiết kế khá bắt mắt.

Đầu tiên là hình ảnh chiếc tivi với hai cột sóng của ứng dụng độc đáo mang tên IGTV, tính năng này được thiết kế để giúp bạn dễ dàng tìm kiếm và xem video được gợi ý từ việc tương tác tìm kiếm của bạn trên mạng xã hội này và từ những người dùng mà bạn đang theo dõi. Điều này sẽ giúp ích cho bạn trong việc tìm hiểu nhu cầu của cộng đồng, những vấn đề mà người dùng đang quan tâm, để từ đó xây dựng ý tưởng quảng bá thương hiệu đánh vào tâm lý chung của khách hàng.

Bên cạnh biểu tượng của IGTV là hình ảnh máy bay giấy tượng trưng cho tính năng chia sẻ ảnh trực tiếp Instagram Direct (giống Messenger của Facebook). Tính năng này cho phép bạn chia sẻ ảnh, video và gửi tin nhắn riêng tư cho một đối tượng cụ thể nào đó, có thể là bạn bè hoặc một nhóm và chỉ có họ mới xem được hình ảnh hay video đó mà thôi.

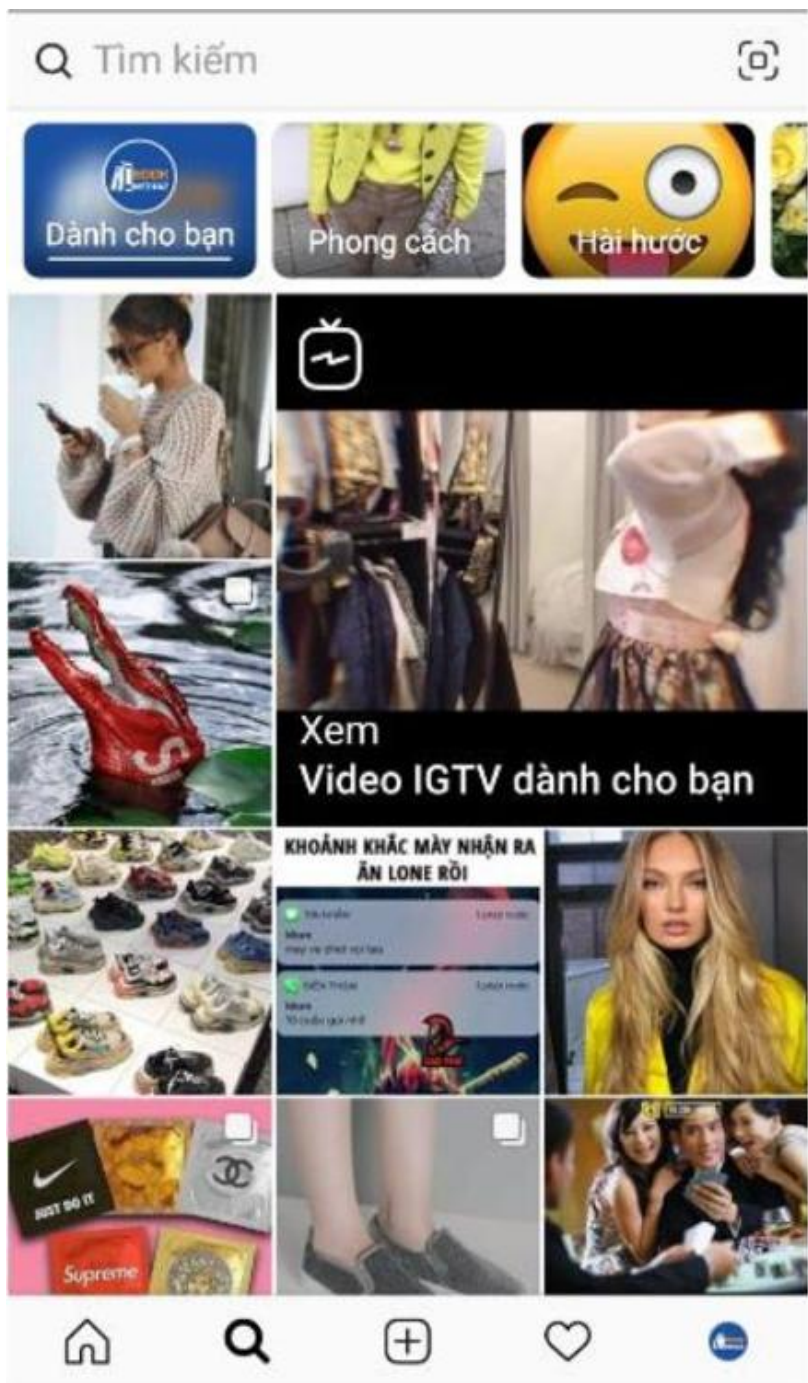
- Tính năng tiếp theo được hiển thị trong phần bảng tin này là Story, có biểu tượng là những hình tròn nhỏ nối tiếp nhau của các tài khoản Instagram. Đúng như tên gọi của nó - Instagram Stories - nơi bạn sẽ kể những câu chuyện ngẫu nhiên của thương hiệu, không cần quá chăm chút, cầu kỳ về mặt nội dung, hình ảnh mà vẫn có thể thu hút được sự quan tâm của những người chưa follow tài khoản Instagram của bạn bằng cách, đưa ra những hướng dẫn liên quan tới sản phẩm hay tạo giveaway, giảm giá, ưu đãi đặc biệt. Những hình ảnh bạn chia sẻ qua Story có thời hạn trong vòng một ngày kể từ thời điểm bạn đăng ảnh, video và sau đó sẽ tự biến mất mà bạn không cần phải xóa nó.

- Và bộ phận quan trọng của phần Bảng tin chính (Newsfeed) là những hình ảnh, video được chia sẻ bởi bạn và những người bạn đang theo dõi, được sắp xếp theo trình tự thời gian từ gần nhất đến xa hơn. Tại đây, bạn sẽ theo dõi được các thông tin, các sản phẩm, dịch vụ từ những thương hiệu khác và có thể like, bình luận ngay dưới hình ảnh mà họ đăng tải hoặc chia sẻ bài viết với bất kỳ ai mà bạn muốn.

2. Mục Tìm kiếm

Khi bạn ấn vào biểu tượng hình kính lúp được đặt ở vị trí bên cạnh nút Home thì trên màn hình sẽ xuất hiện các hình ảnh,

video ngẫu nhiên từ người dùng Instagram và phía trên cùng là thanh tìm kiếm - nơi bạn có thể tìm tài khoản của bạn bè, của các thương hiệu nổi tiếng mà bạn muốn follow hay những hình ảnh được gắn hashtag, được định vị vị trí theo nhu cầu tìm kiếm của bạn.



3. Đăng bài

Bạn muốn đăng tải hình ảnh, video lên tài khoản Instagram của mình? Hãy chạm vào nút có hình dấu cộng phía dưới màn hình

điện thoại của bạn. Tại đây, bạn có thể chỉnh sửa và chia sẻ một hay nhiều hình ảnh, video từ bộ nhớ thiết bị điện thoại của mình hoặc chụp ảnh, quay video trực tiếp ngay trên ứng dụng rồi đăng tải lên tài khoản profile của bạn.



4. Thông báo

Biểu tượng trái tim nhỏ nhắn, đáng yêu này chính là phần sẽ thông báo cho bạn biết những ai vừa theo dõi bạn hay tương tác với bài viết, hình ảnh của bạn. Những thông tin này sẽ được xuất hiện trong tab Bạn (You). Còn trong tab Đang theo dõi (Following), tất cả các hoạt động tương tác của những người bạn đang theo dõi như thích bài viết và hình ảnh nào hay đang theo dõi ai... đều được hiển thị ở đây.



Quảng cáo

Hoạt động gần đây từ quảng cáo của bạn.

Hôm nay



captainitalia, gracesweetbikini và 14 người khác đã bắt đầu theo dõi bạn. 9 giờ

Hôm qua



designsprintstudio và nhasachcuaong đã thích bài viết của bạn. 1 ngày



jupiterjim, nhasachcuaong và 10 người khác đã thích bài viết của bạn. 1 ngày



Tuần này



nhasachcuaong đã xem tin của bạn. 2 ngày



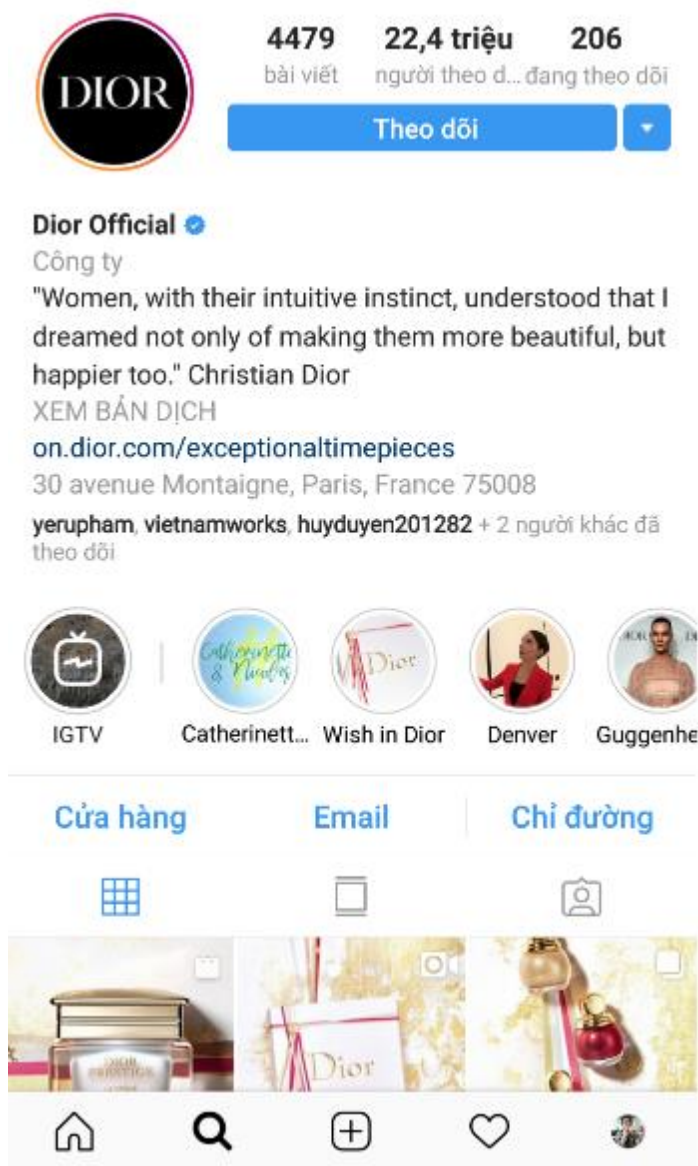
guilhermeebbers, digireachmarketing và 3 người khác đã thích bài viết của bạn. 2 ngày



5. Trang cá nhân

Và phần cuối cùng trong cấu hình của một tài khoản Instagram chính là Trang cá nhân với biểu tượng là hình avatar tài khoản

của bạn.



Các thành phần của Trang cá nhân

Điều gây chú ý đầu tiên với người theo dõi tài khoản của bạn có lẽ chính là ảnh đại diện. Bởi, ảnh đại diện sẽ nói cho họ biết bạn là ai, thương hiệu của bạn là gì, hay bạn cung cấp sản phẩm, dịch vụ trong lĩnh vực nào, ngành nào... Tất cả sẽ được gói gọn trong ảnh đại diện - bộ mặt của một thương hiệu, doanh nghiệp. Vì vậy, bạn hãy cẩn trọng trong việc lựa chọn ảnh đại diện của tài khoản

Instagram, thường các thương hiệu lớn sẽ đặt logo hoặc những sản phẩm, dịch vụ có liên quan đến thương hiệu của mình để làm ảnh đại diện.

Bên cạnh ảnh đại diện là những con số hiển thị lần lượt là số lượng bài viết mà bạn đã đăng tải lên profile, số người bạn đang theo dõi và số người đang theo dõi bạn. Ngoài ra, nếu bạn muốn chạy quảng cáo Instagram thì click vào mục Quảng cáo (cái này chỉ xuất hiện khi tài khoản của bạn là tài khoản Business). Bên cạnh mục Quảng cáo là mục Chỉnh sửa trang cá nhân, qua đây bạn có thể thay đổi những thông tin của mình khi cần thiết.

Hãy nhìn tiếp xuống bên dưới, đây sẽ là khu vực để bạn giới thiệu một chút thông tin về thương hiệu của mình bao gồm tên, một vài dòng mô tả ngắn như bạn cung cấp sản phẩm, dịch vụ gì hay đưa ra số điện thoại, website, các mạng xã hội khác (nếu có), địa chỉ văn phòng để khách hàng có thể thuận tiện trong việc liên hệ với bạn.

Phần cuối cùng trong Trang cá nhân này là không gian dành cho những hình ảnh, video mà bạn đã từng đăng tải lên tài khoản Instagram được hiển thị theo dạng lưới với các hình ô vuông 3x3 hay theo hàng dọc với cách sắp xếp bài viết từ mới nhất đến cũ hơn. Và bên cạnh đó, những hình ảnh, video mà bạn được người dùng tag tên cũng được hiển thị trong khu vực này.

Làm cách nào để đổi mật khẩu cho tài khoản Instagram?

Nếu đã đăng xuất khỏi tài khoản và không thể nhớ mật khẩu của mình, bạn có thể [yêu cầu đặt lại mật khẩu](#).

Nếu mật khẩu hiện tại của bạn có độ bảo mật không cao, bạn có thể thay đổi mật khẩu cho tài khoản bằng cách:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt -> Mật khẩu.
- Nhập mật khẩu hiện tại, sau đó nhập mật khẩu mới.
- Nhấn vào Lưu hoặc  ở trên cùng bên phải

Mẹo nhỏ: Để tạo một mật khẩu mạnh, hãy kết hợp ít nhất sáu chữ số, chữ cái và dấu câu (như ! và &).

Xác thực 2 yếu tố là gì? Làm cách nào để sử dụng tính năng này?

Trong phần Bảo mật và quyền riêng tư có xuất hiện mục Xác thực 2 yếu tố. Tính năng này là gì? Nó là tính năng bảo mật. Nếu bạn thiết lập xác thực 2 yếu tố, Instagram sẽ yêu cầu bạn nhập mã đăng nhập đặc biệt hoặc xác nhận phiên đăng nhập mỗi lần có ai đó cố truy cập Instagram từ một thiết bị chưa được nhận dạng. Để bắt đầu xác thực 2 yếu tố, hãy chọn một trong hai cách sau:

- Mã tin nhắn văn bản (SMS) từ điện thoại di động của bạn.

- Mã đăng nhập từ ứng dụng xác thực của bên thứ ba (chẳng hạn như Duo Mobile hoặc Google Authenticator).

Bạn cần thiết lập tối thiểu một tùy chọn trong số này để sử dụng xác thực 2 yếu tố.

Lưu ý: Sau khi bật xác thực 2 yếu tố, bạn có thể dùng các mã khôi phục để truy cập vào tài khoản của mình khi có vấn đề với việc nhận mã đăng nhập.

Mã khôi phục là gì? Làm cách nào để sử dụng tính năng này?

Nếu không nhận được mã do vấn đề kết nối hoặc phân phối (dù đã bật **xác thực 2 yếu tố**), bạn vẫn có thể hoàn tất quy trình bằng mã khôi phục. Và cách nhận danh sách mã khôi phục cho tài khoản là:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .

- Nhấn vào  Cài đặt.

- Nhấn vào Xác thực 2 yếu tố.

- Nhấn vào Mã khôi phục.

Còn đây là cách hủy mã dự phòng hiện tại và nhận bộ mã mới:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .

- Nhấn vào  Cài đặt.

- Nhấn vào Xác thực 2 yếu tố.

- Nhấn vào Mã khôi phục.

- Nhấn vào Nhận mã mới.

Lưu ý: Để truy cập danh sách mã khôi phục hoặc nhận danh sách

mới, bạn phải đăng nhập vào tài khoản Instagram của mình. Bạn nên sao chép các mã này sang bộ nhớ tạm, chụp ảnh màn hình mã hoặc lưu mã theo cách nào đó để khi cần là có luôn.

Đăng xuất tài khoản khỏi Instagram

Bạn có thể đăng xuất khỏi ứng dụng Instagram hoặc Instagram trên trang web bằng cách đi tới trang cá nhân của mình. Với việc đăng xuất tài khoản khỏi Instagram trên Web, bạn làm theo những bước dưới đây:

- Nhấn hoặc nhấp vào  ở trên cùng bên phải
- Nhấn hoặc nhấp vào  ở bên phải tên người dùng của bạn rồi chọn Đăng xuất

Đăng xuất tài khoản Instagram trên iPhone hoặc Android bằng cách:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Nhấn vào Đăng xuất khỏi [tên người dùng] ở cuối màn hình điện thoại

Cách xóa lịch sử tìm kiếm trên Instagram

Instagram lưu các tìm kiếm trong mục *Tìm kiếm & khám phá* để giúp bạn nhanh chóng **tìm lại những tài khoản và hashtag yêu thích của mình** dễ dàng hơn. Bạn cũng có thể xóa lịch sử tìm kiếm bằng cách:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Bên dưới Tài khoản, nhấn vào Lịch sử tìm kiếm.
- Nhấn vào Xóa lịch sử tìm kiếm.

Lưu ý: Việc xóa lịch sử tìm kiếm của bạn là tạm thời và những tìm kiếm mà bạn xóa có thể xuất hiện lại trong lịch sử của bạn sau khi bạn tìm kiếm lại. Bạn cũng có thể ẩn từng tài khoản để xóa vĩnh viễn chúng khỏi lịch sử tìm kiếm của mình và làm cho các tài khoản này không xuất hiện lại nữa bằng cách:

- Nhấn vào rồi nhấn vào thanh tìm kiếm ở đầu màn hình
- Nhấn vào Hàng đầu hoặc Mọi người rồi nhấn và giữ tài khoản bạn muốn ẩn khỏi lịch sử của mình
- Nhấn vào Ẩn.

TÓM TẮT PHẦN II CHƯƠNG 2

Giao diện của Instagram bao gồm rất nhiều phần, mỗi phần mang một chức năng khác nhau. Cấu hình cơ bản của một tài khoản Instagram gồm có:

- Bảng tin (Biểu tượng ngôi nhà)

Phần quan trọng nhất của Bảng tin chính là những hình ảnh, video được chia sẻ bởi bạn và những người bạn đang theo dõi, được sắp xếp theo trình tự thời gian từ gần nhất đến xa hơn. Tại đây, bạn sẽ theo dõi được các thông tin, các sản phẩm, dịch vụ từ những thương hiệu khác và có thể like, bình luận ngay dưới hình ảnh mà họ đăng tải hoặc chia sẻ bài viết với bất kỳ ai mà bạn muốn. Bên cạnh đó, trong mục Bảng tin bạn sẽ được trải nghiệm thêm các tính năng độc đáo của Instagram như Instagram Stories, IGTV, Instagram Direct.

- Tìm kiếm

Tại đây, bạn có thể tìm tài khoản của bạn bè, của các thương hiệu nổi tiếng mà bạn muốn follow hay những hình ảnh được gắn hashtag, được định vị vị trí theo nhu cầu tìm kiếm của bạn.

- Đăng bài

Trong phần này, bạn có thể chỉnh sửa và chia sẻ một hay nhiều hình ảnh, video từ bộ nhớ thiết bị điện thoại của mình hoặc chụp ảnh, quay video trực tiếp ngay trên ứng dụng rồi đăng tải lên Instagram của mình.

- Thông báo

Mục này sẽ hiển thị tất cả những hoạt động của bạn, của những người bạn đang theo dõi trên Instagram.

- Trang cá nhân

Phần cuối cùng trong cấu hình của một tài khoản Instagram chính là Trang cá nhân với biểu tượng là hình avatar của tài

khoản của bạn. Trong mục này bạn sẽ biết cách:

- Cập nhật thông tin tên, tên người dùng và địa chỉ email lên trang cá nhân
- Thêm ảnh đại diện hoặc thay đổi ảnh đại diện hiện tại
- Thêm tiểu sử hoặc trang web vào trang cá nhân
- Truy cập vào phần Cài đặt tài khoản
- Làm cách nào để đổi mật khẩu cho tài khoản Instagram?
- [Xác thực 2 yếu tố là gì? Làm cách nào để sử dụng tính năng này?](#)
- [Mã khôi phục là gì? Làm cách nào để sử dụng tính năng này?](#)
- Đăng xuất tài khoản khỏi Instagram
- Cách xóa lịch sử tìm kiếm trên Instagram

Chương 3

Hướng dẫn sử dụng

Bạn đã có trong tay một tài khoản Instagram Business, bạn đã sẵn sàng “dấn thân” vào trang mạng xã hội này nhưng bạn chưa biết cách tận dụng hết tất cả các tính năng trên Instagram để quảng bá thương hiệu của mình ngày một rộng lớn hơn thì chương này sẽ đưa ra lời giải đáp cho bạn.

1. Danh bạ và tìm kiếm người theo dõi

Tìm kiếm người mà bạn biết để theo dõi trên Instagram

Để tìm người theo dõi trên Instagram, bạn có thể xem qua bạn bè trên Facebook và những người từ danh sách liên hệ của mình:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào nút 
- Nhấn vào nút  để thực hiện cài đặt
- Click vào Bạn bè trên Facebook hoặc liên hệ để tìm kiếm bạn bè trên Facebook hoặc trong danh sách liên hệ từ điện thoại
- Nhấn vào theo dõi những người mà bạn muốn theo dõi

Hoặc dễ dàng hơn là việc lựa chọn tab theo dõi với hình chiếc kính lúp ngay trong ứng dụng để tìm kiếm người mà bạn muốn theo dõi.

Kết nối với danh sách liên hệ

Khi kết nối Instagram với danh sách liên hệ của mình bạn có thể xem danh sách những liên hệ đang sử dụng Instagram. Từ đó, bạn có thể chọn những người dùng phù hợp để theo dõi. Sau khi kết nối, danh sách liên hệ của bạn sẽ được đồng bộ hóa định kỳ và lưu

trữ an toàn trên máy chủ của Instagram. Bạn có thể xóa tất cả liên hệ của mình hoặc dừng đồng bộ liên hệ từ Instagram bất kỳ lúc nào. Hãy lưu ý rằng nếu bạn xóa liên hệ, liên hệ mới sẽ vẫn được tải lên trừ khi bạn dừng đồng bộ trên thiết bị của mình.

Cách ngắt đồng bộ hóa liên hệ và xóa danh sách liên hệ

Để ngắt đồng bộ liên hệ trên thiết bị iOS, bạn thực hiện theo các bước sau đây:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Nhấn vào Đồng bộ liên hệ.
- Nhấn vào  bên cạnh Kết nối liên hệ.

Nếu bạn ngắt đồng bộ liên hệ, thông tin liên hệ mà bạn đã đồng bộ trước đó sẽ tự động bị xóa khỏi hệ thống của Instagram.

2. Tìm kiếm trên Instagram

Bạn có thể tìm kiếm tên người dùng và hashtag bằng cách:

- Nhấn vào mục Tìm kiếm (biểu tượng kính lúp).
- Nhấn vào thanh Tìm kiếm  ở trên cùng màn hình rồi chọn xem bạn đang tìm kiếm Người dùng, Thẻ (Hashtag) hay Địa điểm.

Bạn có thể tìm kiếm Người dùng theo tên hoặc tên người dùng của họ. Kết quả tìm kiếm mà bạn nhìn thấy được dựa trên nhiều yếu tố, bao gồm những người mà bạn đang theo dõi, người mà bạn được kết nối hay ảnh, video mà bạn đã nhấn thích, bình luận trên Instagram.

3. Quản lý người theo dõi

Phê duyệt hoặc từ chối yêu cầu trở thành người theo dõi từ một tài khoản khác

Nếu tài khoản Instagram của bạn đang được đặt ở chế độ riêng tư, thì bất kỳ ai muốn theo dõi hay xem các hình ảnh, video trên Instagram của bạn đều phải gửi cho bạn một yêu cầu để trở thành người theo dõi. Yêu cầu này sẽ được xuất hiện trong phần  Thông báo.

Để phê duyệt hoặc từ chối yêu cầu, bạn chỉ cần nhấn vào Xác nhận hoặc Xóa. Thế là xong! Nếu bạn vô tình nhấn phải nút Xóa một yêu cầu theo dõi, bạn có thể đề nghị người đó yêu cầu theo dõi lại bạn lần nữa.

Cách đặt ảnh và video ở chế độ riêng tư, chỉ những người theo dõi được phê duyệt mới có thể xem chúng

Theo mặc định của hệ thống, bất kỳ ai cũng có thể xem trang cá nhân và theo dõi các bài viết của bạn trên Instagram. Tuy nhiên, bạn hoàn toàn có thể đặt bài viết của mình ở chế độ riêng tư, chỉ những người theo dõi được bạn phê duyệt mới có thể xem chúng trên Newsfeed và nhìn thấy những bài viết này trên trang Hashtag hay Vị trí.

Bạn có thể đặt bài viết của mình ở chế độ riêng tư khi làm theo các bước sau đây:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào Cài đặt .
- Nhấn vào Quyền riêng tư của tài khoản rồi nhấn để bật Tài khoản cá nhân.

Khi đặt tài khoản Instagram ở chế độ riêng tư, bạn cần lưu ý những điều sau đây:

- Bài viết riêng tư bạn chia sẻ trên mạng xã hội có thể hiển thị công khai tùy thuộc vào việc thiết lập quyền riêng tư cho mạng đó. Chẳng hạn như, một bài viết đang được đặt thành riêng tư trên Instagram, khi chia sẻ lên Twitter, bài viết này có thể hiển thị với toàn bộ những người có thể xem bài viết của bạn trên Twitter.
- Nếu người nào đó đã theo dõi tài khoản Instagram của bạn trước khi bạn đặt bài viết của mình ở chế độ riêng tư và bạn không muốn họ thấy bài viết của mình, thì bạn có thể chặn họ.
- Mọi người có thể gửi ảnh hay video trực tiếp cho bạn thông qua Instagram Direct ngay cả khi họ không theo dõi bạn.

Làm cách nào để bỏ theo dõi một tài khoản nào đó trên Instagram?

- Truy cập vào trang cá nhân của tài khoản bạn muốn bỏ theo dõi.
- Nhấn vào , tiếp đó, bạn chọn Bỏ theo dõi để xác nhận.

Sau khi Bỏ theo dõi một tài khoản nào đó, bạn không phải nhận bất kỳ một thông báo hoạt động nào cả.

Làm cách nào để chặn hoặc bỏ chặn một tài khoản Instagram?

Cách duy nhất để xóa ai đó khỏi danh sách Người theo dõi của bạn là chặn họ. Khi bạn chặn, người bị chặn sẽ không thể xem ảnh/video hoặc tìm kiếm tài khoản Instagram của bạn. Người bị chặn sẽ không được thông báo khi họ bị chặn. Và để chặn một tài khoản Instagram, bạn làm như sau:

- Truy cập vào trang cá nhân của tài khoản Instagram mà bạn muốn chặn.

- Nhấn vào  (iPhone/iPad) hoặc  (Android) ở góc trên cùng bên phải.

- Nhấn vào Chặn.

Lưu ý: Sau khi bạn chặn tài khoản đó, lượt thích hay bình luận của họ sẽ không bị xóa khỏi ảnh và video của bạn.

Nếu bạn muốn bỏ chặn một tài khoản Instagram, bạn làm tương tự như bước 1 và 2 đã nêu ở phía trên. Sau đó, nhấn chọn Bỏ chặn.

4. Đăng tải hình ảnh lên Instagram

Chia sẻ bài viết chỉ có một hình ảnh

Bước 1: Mở ứng dụng Instagram trên thiết bị di động của bạn

Bước 2: Chọn nút  Tải ảnh lên.

- Để tải ảnh lên từ thư viện trên điện thoại của bạn, hãy nhấn vào Thư viện ở cuối màn hình và chọn ảnh bạn muốn chia sẻ.

- Để chụp ảnh mới, nhấn vào Ảnh ở cuối màn hình, rồi nhấn vào . Bạn có thể nhấn vào  để chuyển giữa máy ảnh mặt trước và máy ảnh mặt sau và nhấn vào  để điều chỉnh đèn nháy.

Sau khi đã chụp hoặc tải ảnh lên, bạn có thể chỉnh sửa ảnh bằng hiệu ứng hoặc bộ lọc do Instagram cung cấp, thêm chú thích và vị trí của mình trước khi đăng.

Ngoài ra bạn có thể sử dụng ứng dụng Layout (biểu tượng hình vuông bị chia cắt bởi 2 đường thẳng) để tạo ra một bức ảnh ghép có 1-0-2 đầy thú vị, sáng tạo và mang đậm dấu ấn cá nhân. Ở đây

bạn có thể kết hợp tối đa 9 bức ảnh cùng một lúc và lựa chọn kiểu sắp xếp bố cục theo các mẫu có sẵn.

Chia sẻ bài viết gồm cả ảnh và video

Lưu ý, bạn chỉ được đăng tải tối đa là 10 hình ảnh hoặc 10 video cùng một lúc mà thôi. Thông thường, việc đăng tải nhiều hình ảnh cùng một lúc như thế này sẽ rất có lợi cho các doanh nghiệp có sản phẩm cụ thể như quần áo, trang sức, mỹ phẩm... vì từ những bức ảnh này, khách hàng có thể dễ dàng xem được các góc chụp của sản phẩm.

- Bước 1: Click vào 

- Bước 2: Nhấn vào biểu tượng .

- Bước 3: Chọn tối đa 10 ảnh và video từ thư viện của điện thoại. Bạn có thể chạm vào màn hình để điều chỉnh ảnh sao cho vừa với khung hình. Khi xong, hãy nhấn vào Tiếp.

- Bước 4: Nhấn vào Bộ lọc ở cuối màn hình để áp dụng filter cho tất cả ảnh và video bạn đã chọn. Hoặc bạn có thể nhấn vào từng hình ảnh, video để chỉnh sửa và thêm bộ lọc riêng lẻ.

- Bước 5: Để thay đổi thứ tự, hãy nhấn và giữ một ảnh hoặc video rồi kéo đến điểm khác. Để xóa ảnh hoặc video khỏi bài viết, hãy nhấn và giữ ảnh hoặc video đó rồi kéo tới  ở đầu màn hình. Nếu cảm thấy hài lòng, hãy ấn Tiếp.

- Bước 6: Bạn có thể viết caption cho toàn bộ bài viết, thêm một vị trí và gắn thẻ ai đó trong từng ảnh riêng lẻ bằng cách nhấn vào Gắn thẻ mọi người rồi vuốt để tìm ảnh bạn muốn gắn thẻ ai đó.

- Bước 7: Click vào Chia sẻ.

Trong Trang chủ, bạn sẽ thấy ảnh hoặc video đầu tiên từ bài viết của mình với một hàng dấu chấm ở bên dưới. Mọi người có thể vuốt để xem phần ảnh hoặc video còn lại mà mình đã chia sẻ. Trên trang cá nhân, bạn sẽ thấy ảnh hoặc video đầu tiên từ bài viết của mình với biểu tượng  ở trên cùng bên phải và bạn có thể nhấn vào bài viết rồi vuốt để xem phần ảnh và video còn lại.

Mọi người có thể thích và bình luận về bài viết của bạn như một bài viết thông thường. Số bình luận và lượt thích xuất hiện trên toàn bộ bài viết chứ không xuất hiện trên các ảnh và video riêng lẻ thuộc bài viết.

Sau khi chia sẻ bài viết có nhiều ảnh và video, bạn có thể chỉnh sửa chú thích, vị trí và các tài khoản bạn đã gắn thẻ trong bài viết của mình. Mặc dù không thể sắp xếp lại, chỉnh sửa hoặc xóa các phần của bài viết bạn đã chia sẻ nhưng bạn có thể xóa cả bài viết đó.

Lưu ý rằng bài viết chứa nhiều video có thể mất nhiều thời gian tải lên hơn. Nếu bài viết có nhiều video, hãy đảm bảo điện thoại của bạn được kết nối với nguồn mạng ổn định.



1

Headline dạng danh mục



5. Đăng tải Video lên Instagram

Làm thế nào để đăng video lên Instagram?

Việc đăng tải Video lên Instagram cũng giống như việc đăng tải hình ảnh, bạn có thể tự quay hoặc chọn Video có sẵn trong Thư viện. Để quay video, hãy nhấn vào mục Video ở cuối màn hình. Nhấn và giữ  để bắt đầu quay và nhấc ngón tay lên để dừng. Bạn có thể giữ và thả để quay nhiều đoạn cùng một lúc, nhấn vào  để chuyển đổi giữa camera trước và camera sau.

Bạn có thể thêm bộ lọc, **chú thích** và vị trí của mình trước khi chia sẻ giống như với cách đăng hình ảnh.

Lưu ý: Thời lượng video tối đa là 60 giây. Và bạn không thể quay hoặc tải video lên Instagram từ máy tính để bàn.

Một lưu ý nhỏ dành cho bạn khi đăng tải nhiều clip cùng một lúc lên Instagram đó là các clip phải được hiển thị dưới dạng hình vuông, không thể tải lên dưới dạng dọc hay ngang. Vì thế, bạn hãy cân nhắc lựa chọn video sao cho phù hợp để chia sẻ lên Instagram nhé!

Bên cạnh đó, bạn có thể sử dụng Boomerang (∞) để tạo và chia sẻ những video mini diễn tả một hành động được lặp đi lặp lại. Hãy nhấn vào biểu tượng ∞ để tiến hành download ứng dụng Boomerang về thiết bị di động của mình. Sau khi đã cài đặt thành công, bạn chọn Bắt đầu để sử dụng ứng dụng này. Tiếp đó, nhấn vào biểu tượng hình tròn ở giữa màn hình để tạo video mini và chọn Tiếp để lưu giữ video này. Rồi chạm vào biểu tượng mũi tên (->) ở góc trên cùng, bên phải màn hình để tiến hành thực hiện chỉnh sửa hình ảnh trước khi đăng tải lên Instagram. Ứng dụng này giúp bạn bắt trọn những khoảnh khắc thú vị về bản thân hay cuộc sống xung quanh để tạo ra sự hài hước, mang lại cho người xem một cảm giác thư giãn và gây thiện cảm cho họ.

Theo dõi số lượt xem của video

Ngay bên dưới video, bạn hoàn toàn có thể nhìn thấy số lượt xem của video mà bạn đăng tải lên Instagram. Số lượt xem của video hiển thị với bất kỳ ai có thể xem bài viết. Tuy nhiên, đối với những bài đăng chia sẻ nhiều hình ảnh và video cùng một lúc, bạn không thể theo dõi số lượt xem của từng video đó. Số lượt xem của video không bao gồm vòng lặp video và một lượt xem được tính khi xem video từ 3 giây trở lên.

Làm thế nào để xem những tài khoản nào đã nhấn thích video?

Để xem lượt thích của video, đầu tiên, nhấn vào số lượt xem bên dưới video. Từ đó, bạn có thể xem ai đã thích video đó.

Số lượt xem không hiển thị trên video

Một lượt xem có thể mất một chút thời gian mới hiển thị trong số lượt xem của video. Vì vậy, khi lượt xem không hiển thị trên video của bạn, hãy thử kiểm tra lại sau.

Lưu ý: Bạn không thể thấy số lượt xem của video mà bạn chia sẻ khi bạn chọn đăng tải nhiều ảnh và video lên Instagram.

Số lượt xem video chỉ bao gồm lượt xem từ ứng dụng Instagram và không bao gồm lượt xem từ các vị trí khác như bài viết được nhúng hoặc trên máy tính.

Nếu tài khoản của bạn đang được đặt ở chế độ riêng tư, bạn không thể theo dõi số lượt xem trừ khi video của bạn đạt đến số lượng lượt xem nhất định.

6. Hiệu ứng và bộ lọc

Một bức hình có lời cuốn, hấp dẫn ánh mắt người nhìn hay không không chỉ phụ thuộc vào con mắt thẩm mỹ của người chụp ảnh, cách thiết kế bố cục khung hình mà còn dựa trên các yếu tố như màu sắc, ánh sáng, độ tương phản... Ở Instagram, bạn hoàn toàn có thể làm được điều này nhờ các tính năng chỉnh sửa ảnh mà nó cung cấp cho người dùng.

Ở phần Bộ lọc, người dùng có thể áp dụng hơn 20 bộ lọc nghệ thuật để chỉnh sửa hình ảnh của mình. Ngoài 20 bộ lọc ảnh được hiển thị trên màn hình, bạn có thể nhấn vào tùy chọn Quản lý để tìm kiếm thêm những bộ lọc khác và sắp xếp các bộ lọc theo ý thích của bản thân. Mỗi một bức ảnh chỉ sử dụng duy nhất một bộ lọc ảnh, vì vậy bạn hãy dành thời gian thử nghiệm lần lượt các bộ lọc và quan sát sự thay đổi trạng thái của bức hình ra sao và lựa chọn cho mình một bộ lọc vừa mắt và hợp lý nhất.



Tiếp



rell



Hefe



Nashville



Quản lý



BỘ LỘC

CHỈNH SỬA

Với mỗi bộ lọc bất kỳ thì tấm ảnh của bạn thể hiện một sắc thái gì, là sự tươi mới, trẻ trung, năng động hay mang một chút hoài niệm cổ xưa, hay một phong cách trắng đen mang đậm chất nghệ thuật. Nếu bạn muốn điều chỉnh độ sáng cho mỗi bộ lọc ảnh, hãy

kích 2 lần vào bộ lọc đó, một thanh trượt ngang được hiển thị giữa màn hình với tỷ lệ từ 0 – 100%.

Clarendon



100



HỦY

XONG

Công việc lựa chọn, điều chỉnh bộ lọc ảnh tương ứng với hình ảnh

đòi hỏi sự tinh tế và con mắt thẩm mỹ của bạn. Bạn muốn mang lại cho người xem cảm giác gì, muốn truyền tải thông điệp gì đến họ thì hãy lựa chọn bộ lọc ảnh sao cho phù hợp với khung cảnh trong tấm hình. Một bức ảnh đẹp mắt, có hồn hay không chính là nằm ở bạn!

Chỉnh sửa ảnh, video bằng hiệu ứng có sẵn trên Instagram

Ngoài việc sử dụng các bộ lọc có sẵn, bạn có thể tùy chỉnh sửa hình ảnh theo ý của mình bằng các hiệu ứng khác nhau trong phần Chỉnh sửa.



Tiếp



Điều chỉnh

Độ sáng

Tương phản

Cấu trúc

Độ ấm



BỘ LỌC

CHỈNH SỬA

Tìm hiểu thêm về các hiệu ứng bạn có thể tạo:

- Nhấn vào  Điều chỉnh để thay đổi phối cảnh ngang hoặc dọc của ảnh.

- Nhấn vào  Độ sáng để làm ảnh của bạn sáng hơn hoặc tối hơn.
- Nhấn vào  Độ tương phản để làm vùng sáng trong ảnh trở nên sáng hơn và vùng tối trở nên tối hơn.
- Nhấn vào  Cấu trúc để đưa chi tiết và họa tiết vào ảnh của bạn.
- Nhấn vào  Độ ấm để chuyển màu sắc của ảnh sang tông màu cam ấm hơn hoặc tông màu xanh lam mát hơn.
- Nhấn vào  Độ bão hòa để tăng hoặc giảm cường độ màu của ảnh (ví dụ: điều chỉnh tăng để làm màu đỏ trở nên đỏ hơn).
- Nhấn vào  Màu để thêm màu (vàng, cam, đỏ, hồng, tím, xanh lam, xanh lục lam hoặc xanh lục) vào phần bóng mờ hoặc phần tô sáng của ảnh. Nhấn hai lần vào màu bạn muốn sử dụng để điều chỉnh cường độ màu.
- Nhấn vào  Phai mờ để làm ảnh của bạn trông cũ đi.
- Nhấn vào  Tô sáng để điều chỉnh tiêu điểm trên vùng ánh sáng của ảnh.
- Nhấn vào  Bóng mờ để điều chỉnh tiêu điểm trên vùng tối của ảnh.
- Nhấn vào  Làm mờ nét ảnh để làm tối các cạnh của ảnh. Thêm độ mờ cho nét ảnh có thể chuyển sự chú ý từ cạnh tới trung tâm bức ảnh.
- Nhấn vào  Làm sắc nét để thêm độ tinh xảo vào ảnh của bạn và làm cho ảnh hiển thị rõ nét hơn.
- Nhấn vào  Ống kính trượt để cung cấp giao diện độ sâu trường ảnh nông hoặc đặt tiêu điểm trên chủ đề ở hậu cảnh trong khi làm mờ tiền cảnh và ngược lại.

Tất cả các tính năng chỉnh sửa ảnh này được điều chỉnh bằng một thanh trượt đơn giản ở giữa màn hình.

Độ sáng



HỦY

XONG

Một điều chú ý nho nhỏ đối với trường hợp bạn sử dụng tính năng đăng nhiều hình ảnh trong cùng một bài post, bạn có thể nhấp vào từng hình để chỉnh sửa ảnh tùy theo ý muốn của bạn. Để biết bạn đã áp dụng hiệu ứng nào cho hình ảnh, video của mình, bạn

sẽ thấy một chấm nhỏ màu xám xuất hiện ngay bên dưới hiệu ứng mà bạn đã sử dụng.

Làm thế nào để cắt ảnh?

Sau khi đã tải ảnh lên hoặc chụp ảnh mới, bạn có thể cắt ảnh bằng cách:

- Nhấn vào Chỉnh sửa -> Điều chỉnh .

- Chạm vào màn hình và tách ngón tay để phóng to. Sau đó di chuyển ảnh và điều chỉnh sao cho ảnh vừa với khung. Sử dụng lưới để giúp bạn tạo khung cho ảnh.

- Nhấn vào Hủy để hủy hoặc Xong để lưu thay đổi.

Làm cách nào để thay đổi độ nghiêng của ảnh?

Khi chụp ảnh bằng máy ảnh trong ứng dụng Instagram hoặc tải ảnh lên từ thư viện của điện thoại, nếu hình ảnh của bạn chưa ngay ngắn, bạn có thể thay đổi độ nghiêng của ảnh cũng bằng công cụ Điều chỉnh.

- Nhấn vào Chỉnh sửa -> Điều chỉnh .

- Sau đó vuốt thanh trượt sang trái hoặc sang phải để làm thẳng ảnh. Sử dụng lưới để giúp bạn tạo khung cho ảnh.

- Nhấn vào Hủy để hủy hoặc nhấn vào Xong để lưu thay đổi.

Cách xoay ảnh như thế nào?

Sau khi chụp hoặc tải ảnh lên từ thư viện trên điện thoại, bạn thực hiện xoay ảnh bằng cách:

- Nhấn vào Chỉnh sửa -> Điều chỉnh .

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải để xoay ảnh

- Nhấn vào Hủy để hủy hoặc Xong để lưu thay đổi

7. Chỉnh sửa hoặc xóa bài viết

Thêm chú thích trước khi chia sẻ hình ảnh hoặc video lên Instagram bằng cách nào?

Ở phần chú thích của bức ảnh, bạn có thể viết mô tả ngắn gọn, chẳng hạn như giới thiệu sản phẩm mới, đưa ra chương trình khuyến mãi, giảm giá, hay bí kíp, mẹo vặt... Những thông tin này sẽ giúp cho người dùng Instagram hiểu rõ hơn về các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp và họ cảm thấy thích thú bởi những thông tin chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm trong cuộc sống hàng ngày. Điều này sẽ tạo nên sự gắn kết, sự gần gũi, thân thiết giữa doanh nghiệp và khách hàng, xây dựng trong lòng khách hàng một mức độ tin cậy nhất định về thương hiệu của mình. Và bạn có thể đính kèm hashtag được bắt đầu bằng dấu # để tạo truy vấn tìm kiếm.

Làm cách nào để thêm, chỉnh sửa hoặc xóa chú thích của bài viết mà bạn đã đăng tải?

Bạn có thể chỉnh sửa hay xóa chú thích mà bạn đã đưa vào bằng cách:

- Nhấn vào  (iPhone) hoặc  (Android) bên trên ảnh hoặc video của bạn.
- Nhấn vào Chỉnh sửa.
- Chỉnh sửa, xóa hoặc thêm chú thích vào bài viết, sau đó nhấn vào Xong.

Xóa ảnh hoặc video đã chia sẻ lên Instagram

Để xóa ảnh hoặc video bạn đã đăng, hãy nhấn vào  (iPhone) hoặc  (Android) phía trên bài viết rồi nhấn vào Xóa.

Xóa bình luận trên bài đăng như thế nào?

Trên bài viết của mình, bạn có thể xóa cả bình luận của mình và của người khác. Trên bài viết của người khác, bạn chỉ có thể xóa các bình luận mà mình đã viết.

- Nhấn vào  bên dưới ảnh hoặc nhấn vào bình luận bất kỳ
- Vuốt sang trái trên bình luận (iPhone) hoặc nhấn và giữ bình luận (Android) mà bạn muốn xóa
- Nhấn vào 

8. Thẻ vị trí trong đăng tải bài post

Làm thế nào để thêm vị trí trước khi chia sẻ ảnh hoặc video lên Instagram

Sau khi bạn tải lên ảnh hoặc video và thêm mọi **hiệu ứng hoặc bộ lọc** bạn muốn, bạn có thể thêm vị trí của mình. Để thêm vị trí của bạn:

- Nhấn vào *Thêm vị trí*
- Tìm vị trí trong các gợi ý hoặc tự type địa điểm bạn muốn

(Việc gắn thẻ vị trí vào bài đăng của mình sẽ giúp cộng đồng dễ dàng tìm thấy hình ảnh của bạn hơn, tiếp cận gần hơn với thương hiệu của bạn.)

- Cuối cùng bạn ấn vào nút Chia sẻ

Bạn cũng có thể sử dụng một sự kiện công khai trên Facebook làm vị trí. Giống như trang **vị trí**, bạn có thể nhấn vào tên sự kiện để xem tất cả ảnh và video được chia sẻ công khai tại sự kiện hoặc vị trí đó.

Thêm hoặc chỉnh sửa vị trí của bài viết đã đăng tải lên Instagram

Bạn có thể thêm vị trí vào ảnh hoặc video bạn đã chia sẻ hoặc chỉnh sửa vị trí bạn đã đưa vào ban đầu bằng cách:

- Trước tiên hãy nhấn vào (iPhone) hoặc (Android) phía trên ảnh hoặc video của bạn. Sau đó nhấn vào Chỉnh sửa.

+ Nếu bạn muốn thêm vị trí cho bài post của mình: Nhấn vào Thêm vị trí... và nhập địa điểm bạn muốn.

+ Nếu bạn muốn chỉnh sửa địa điểm ban đầu: Nhấn vào địa điểm ngay dưới tên của bạn, sau đó nhấn vào Gỡ vị trí hoặc Thay đổi vị trí (iOS)/Chọn vị trí khác hoặc nhấn vào dấu X từ trang Chọn vị trí (Android).

Tạo một vị trí mới cho bài đăng

Nếu vị trí mà bạn đang tìm kiếm không tồn tại, bạn có thể tạo vị trí mới trên Facebook. Bạn chỉ có thể thêm trang vị trí công khai trên Facebook vào bài viết trên Instagram của mình. Để tạo vị trí mới, hãy đăng nhập vào Facebook trên điện thoại của bạn và bắt đầu tạo vị trí. Sau khi tạo vị trí trên Facebook, bạn có thể tìm kiếm và thêm vị trí đó vào bài viết của mình trên Instagram.

9. Chia sẻ với các mạng xã hội khác

9.1 Chia sẻ bài viết lên Facebook

Làm thế nào để nhận liên kết (URL) của bài đăng trên Instagram?

Chúng ta chỉ có thể lấy liên kết của các bài đăng trên Instagram khi nó được chia sẻ công khai. Còn đối với tài khoản đặt ở chế độ riêng tư, bạn không thể lấy bất kỳ liên kết của bài đăng nào của họ.

Để nhận liên kết (URL) của bài đăng trên Instagram, bạn thực hiện hai bước đơn giản dưới đây:

- Đầu tiên, bạn hãy nhấn vào  (iOS) hoặc  (Android) phía trên bài viết.

- Sau đó, nhấn vào Sao chép liên kết. Vậy là xong!

Đối với việc nhận liên kết (URL) đến bài viết từ web, bạn làm như sau:

- Mở trình duyệt web.

- Truy cập [instagram.com/username](https://www.instagram.com/username). Ví dụ: nếu tên người dùng là "mediazbook", hãy nhập [instagram.com/mediazbook](https://www.instagram.com/mediazbook) làm URL.

- Nhấp vào bài viết bạn muốn lưu và sao chép liên kết ở đầu trình duyệt.

Liên kết tài khoản Instagram với trang cá nhân Facebook bằng cách nào?

Để liên kết tài khoản Instagram với Facebook, bạn cần làm những công việc sau đây:

- Đi tới trang cá nhân và nhấn vào .

- Nhấn vào  Cài đặt > Tài khoản đã liên kết.

- Nhấn vào Facebook và nhập thông tin đăng nhập Facebook của bạn.

Sau khi liên kết tài khoản, bạn hoàn toàn có thể chia sẻ bài viết trên Instagram của mình lên Facebook bằng cách nhấn vào biểu tượng  bên cạnh chữ Facebook nằm cùng màn hình với phần

thêm Chú thích. Còn nếu muốn hủy liên kết tài khoản Instagram với Facebook:

- Lại tiếp tục truy cập vào trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Kế tiếp, hãy nhấn vào  Cài đặt > Tài khoản đã liên kết.
- Cuối cùng, nhấn vào Facebook > Hủy liên kết tài khoản.

Khi bạn sở hữu nhiều tài khoản Instagram, bạn hoàn toàn có thể liên kết các tài khoản đó với trang cá nhân trên Facebook của mình. Khi bạn liên kết tài khoản Instagram với Facebook, bạn bè trên Facebook của bạn đang ở trên Instagram có thể nhận được thông báo cho họ biết bạn đang sử dụng tài khoản Instagram đó.

Làm thế nào để liên kết tài khoản Instagram với trang Facebook mà bạn đang quản lý?

Trước khi thực hiện liên kết tài khoản Instagram với trang Facebook thương hiệu, bạn cần phải chắc chắn một điều rằng bạn phải là quản trị viên của trang Facebook thương hiệu đó, bạn mới có thể liên kết tài khoản Instagram với trang Facebook mà bạn đang quản lý được. Bạn có thể liên kết tài khoản Instagram với trang Facebook như sau:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Nhấn vào Tài khoản được liên kết, sau đó chọn Facebook.

Nếu bạn chưa đăng nhập, hãy nhập thông tin đăng nhập Facebook của bạn.

- Theo mặc định, tài khoản Instagram sẽ liên kết với Dòng thời gian cá nhân trên Facebook của bạn. Để liên kết với Trang, hãy nhấn lại vào Facebook và chọn Trang bạn quản lý bên dưới *Chia sẻ trên*.

Khi bạn chia sẻ ảnh hoặc video từ Instagram lên Facebook, theo mặc định, đối tượng có thể nhìn thấy bài viết của bạn là bạn bè của bạn. Khi bạn muốn chia sẻ bài viết tới nhiều người, bạn hãy thay đổi đối tượng theo dõi bằng cách đi tới bài viết trên Facebook và nhấp vào bộ chọn đối tượng, chọn Công khai.

Làm thế nào khi bạn nhìn thấy thông tin trên Facebook của người

khác hoặc đăng lên tài khoản Facebook của người khác từ Instagram?

Điều này có thể xảy ra khi một ai đó đã sử dụng điện thoại của bạn để đăng nhập Instagram rồi liên kết tài khoản Facebook và Instagram của họ. Cách để liên kết lại tài khoản Instagram của bạn với tài khoản Facebook:

- Đầu tiên, truy cập vào trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
 - Nhấn vào  Cài đặt > Tài khoản đã liên kết > Facebook.
 - Nếu xuất hiện tài khoản không đúng, hãy nhấn vào Hủy liên kết tài khoản, sau đó điền thông tin đăng nhập Facebook của bạn.
- Bạn hoàn toàn có thể xóa tài khoản Instagram khỏi tài khoản Facebook của mình:
- Truy cập cài đặt ứng dụng của Facebook để thu hồi quyền truy cập Instagram. Thao tác này sẽ hủy liên kết tài khoản Facebook không đúng.
 - Chỉ cần nhấn lại vào biểu tượng Facebook và nhập thông tin đăng nhập của bạn để liên kết đúng tài khoản.

9.2 Chia sẻ bài viết lên các mạng xã hội khác

Cách để chia sẻ bài viết cũ trên Instagram với một mạng xã hội khác

- Truy cập vào trang cá nhân và chọn bài viết muốn chia sẻ.
- Bạn hãy nhấn vào  (iOS) hoặc  (Android) phía trên bài viết. Sau đó chọn Chia sẻ.
- Rồi lựa chọn một mạng xã hội trong danh sách mà bạn muốn chia sẻ bài viết lên đó (Facebook, Twitter hoặc Tumblr), sau đó nhấn Chia sẻ ở góc trên cùng bên phải. Bạn có thể chia sẻ bài qua Email, Drive... bằng cách lựa chọn Chia sẻ liên kết với các ứng dụng khác ở cuối màn hình điện thoại.

Lưu ý: Nếu bạn chưa liên kết tài khoản Instagram với trang web hoặc tài khoản nào đó, bạn sẽ phải đăng nhập trước khi thực hiện việc chia sẻ bài viết. Sau khi bạn đã liên kết tài khoản Instagram với tài khoản đó, biểu tượng của trang web đó sẽ chuyển màu xanh lam.

Cách để ngắt kết nối tài khoản Instagram khỏi mạng xã hội

Đôi khi bạn muốn giữ một không gian riêng tư cho thế giới nhỏ của mình nên muốn “sống” trên Instagram nhiều hơn để không bị nhiều người ngó tới. Do đó, nếu bạn không muốn chia sẻ cảm xúc hay tâm tư của mình cho quá nhiều người biết đến thì có thể ngừng kết nối và dừng chia sẻ bài viết trên Instagram của bạn với mạng xã hội khác bằng cách:

- Đầu tiên, truy cập vào trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Kế tiếp, bạn nhấn vào  Cài đặt.
- Chọn Tài khoản đã liên kết -> [tên trang web].
- Cuối cùng, nhấn vào Hủy liên kết tài khoản.

10. Gắn thẻ mọi người trong ảnh và video

Làm thế nào để gắn thẻ mọi người vào trong ảnh hay video trên Instagram?

Cách gắn thẻ mọi người khi bạn đăng ảnh hoặc video như sau:

- Sau khi chọn ảnh hoặc video cũng như thêm hiệu ứng và bộ lọc, hãy nhấn Tiếp và chọn Gắn thẻ người khác.
- Nhấn vào một người nào đó trong ảnh.
- Nhập họ tên hoặc username mà bạn muốn chọn để gắn thẻ. Sau đó nhấn vào dấu tích xanh ở góc phải trên cùng màn hình điện thoại nếu là Android hoặc Xong nếu là iPhone.

Cách thêm người vào ảnh hoặc video mà bạn đã chia sẻ trên Instagram:

- Chọn ảnh hoặc video mà bạn muốn gắn thẻ ở trong phần Trang cá nhân.
- Nhấn vào  (iPhone) hoặc  (Android) bên trên ảnh hoặc video đó.
- Nhấn vào Chỉnh sửa.
- Nhấn vào Gắn thẻ mọi người.

Lưu ý: Chỉ có người trực tiếp chia sẻ ảnh hoặc video thì mới có thể

gắn thẻ mọi người. Nếu tài khoản Instagram của bạn đặt ở chế độ công khai, thì bất kỳ ai có thể xem ảnh hoặc video đó đều nhìn thấy tên tài khoản những người mà bạn đã gắn thẻ và người được gắn thẻ sẽ nhận được thông báo. Nếu tài khoản Instagram của bạn ở chế độ riêng tư, thì chỉ những người theo dõi được phê duyệt mới có thể xem ảnh hoặc video đó. Người mà bạn gắn thẻ cũng sẽ chỉ nhận được thông báo nếu họ đang theo dõi bạn.

Làm thế nào để xem ảnh hay video mà người khác đã gắn thẻ bạn?

Bất kỳ ai cũng có thể gắn thẻ bạn trong ảnh và video trên Instagram, trừ những người bạn đã chặn. Khi người khác gắn thẻ bạn trong ảnh hoặc video, các ảnh hoặc video này có thể xuất hiện trên trang cá nhân của bạn. Để xem ảnh và video có gắn thẻ bạn, hãy đi tới trang cá nhân rồi nhấn vào .

Những người có thể xem các ảnh và video này trên trang cá nhân của bạn sẽ phụ thuộc vào cài đặt chế độ hiển thị:

- Nếu bài viết đặt ở chế độ công khai, thì bất kỳ ai cũng có thể xem ảnh và video mà bạn được gắn thẻ trên trang cá nhân của mình.
- Nếu bài viết đặt ở chế độ riêng tư thì chỉ những người theo dõi được xác nhận mới có thể xem ảnh và video mà bạn được gắn thẻ trên trang cá nhân của mình.

Làm cách nào để ẩn ảnh hoặc video có gắn thẻ bạn?

Bạn có thể **ẩn ảnh và video mà mình được gắn thẻ** khỏi trang cá nhân hoặc **gỡ thẻ** nếu không muốn bất kỳ ai nhìn thấy ảnh và video đó. Bạn cũng có thể chọn **phê duyệt thủ công ảnh và video** mà mình được gắn thẻ trước khi chúng xuất hiện trên trang cá nhân.

Để ẩn ảnh hoặc video có gắn thẻ bạn, bạn làm như sau:

- Nhấn vào ảnh hoặc video.
- Nhấn vào tên người dùng của bạn.
- Nhấn vào Ẩn khỏi trang cá nhân của tôi rồi nhấn vào Xong.

Bạn có thể thêm lại ảnh hoặc video vào trang cá nhân của mình bằng cách đi tới ảnh/video đó, lặp lại hai bước bên trên rồi nhấn vào Hiển thị trên trang cá nhân của tôi. Để ẩn nhiều ảnh hoặc video một lúc, bạn cần làm theo những bước sau:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào Cài đặt -> Ảnh và video có mặt bạn.
- Nhấn vào Ẩn ảnh và video.
- Chọn ảnh hoặc video bạn muốn ẩn khỏi trang cá nhân, sau đó nhấn vào Ẩn.

Làm cách nào để hiển thị ảnh và video đã gắn thẻ bạn trên trang cá nhân?

Bạn có thể chọn hiển thị ảnh và video có gắn thẻ mình trên trang cá nhân theo cách tự động hoặc thủ công. Theo mặc định, khi một người nào đó gắn thẻ ảnh hoặc video về bạn, ảnh hoặc video đó sẽ tự động được **thêm vào trang cá nhân của bạn**.

Khi bạn chọn thêm ảnh và video theo cách thủ công, các ảnh và video này sẽ xuất hiện trên trang cá nhân của bạn chỉ sau khi được bạn phê duyệt. Để chọn thủ công ảnh và video xuất hiện trên trang cá nhân, bạn thực hiện như sau:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Tiếp theo, nhấn vào  Cài đặt.
- Chọn Ảnh và video có mặt bạn.
- Cuối cùng, nhấn vào bên cạnh Tự động thêm hoặc Thêm thủ công.

Nếu chọn thêm ảnh và video vào trang cá nhân theo cách thủ công, bạn vẫn sẽ nhận được thông báo khi ai đó gắn thẻ mình trong ảnh hoặc video nào đó. Để thêm ảnh hoặc video đó vào trang cá nhân của mình, hãy nhấn vào ảnh hoặc video, sau đó nhấn vào tên người dùng của bạn rồi chọn Hiển thị trên trang cá nhân của tôi.

Xóa gắn thẻ tên bạn khỏi ảnh hoặc video của người khác

Bạn không muốn tên tài khoản của mình xuất hiện trên ảnh hay video của một đối tượng khác, hãy làm như sau:

- Nhấn vào ảnh hoặc video.
- Nhấn vào tên của bạn.

- Nhấn vào Tùy chọn khác > Xóa tôi khỏi bài viết (iPhone) hoặc Gỡ thể (Android).

- Nhấn vào Xóa (iPhone) hoặc Vâng, tôi chắc chắn (Android).

11. Lướt nhắc

Làm cách nào để nhắc đến tên người nào đó trên Instagram?

Để nhắc đến người nào đó, hãy nhập @ ngay trước tên người dùng của họ (ví dụ: "sách hay quá, @mediazbook!"). Không thêm dấu cách giữa @ và tên người dùng. Khi bạn nhắc đến ai đó, họ sẽ nhận được thông báo trong phần Thông báo (biểu tượng trái tim). Khi một tài khoản Instagram mà bạn đã chặn nhắc đến tên người dùng của bạn trên Instagram thì lời nhắc này sẽ không xuất hiện trong phần Thông báo. Nếu bạn chặn ai đó rồi thay đổi tên người dùng của bạn, họ sẽ không thể nhắc đến bạn trừ khi họ biết tên người dùng mới của bạn.

Làm cách nào để trả lời người nào đó trong chuỗi bình luận?

Trả lời người nào đó trong chuỗi bình luận bằng cách **nhắc đến họ** trong bình luận của bạn. Họ sẽ nhận được thông báo trong phần Thông báo để xem bình luận đó.

- Đi tới ảnh hoặc bài viết

- Nhấn vào bình luận bất kỳ

- Nhấn vào Trả lời và thêm bình luận của bạn

Bạn cũng có thể nhấn và giữ phần tên người dùng bất kỳ trong chuỗi bình luận để tự động bắt đầu một bình luận nhắc đến tên người dùng đó.

12. Instagram trên website

Chỉnh sửa trang cá nhân bằng Instagram trên web

- Nhấn hoặc nhấp vào  ở góc trên cùng bên phải.

- Nhấp vào Chỉnh sửa trang cá nhân để chỉnh sửa tiểu sử công khai của bạn (tên, tên người dùng, tiểu sử và trang web của bạn).

- Sau khi bạn hoàn tất, cuộn xuống và nhấn hoặc nhấp vào Gửi.

- Một số thông tin trên trang cá nhân không hiển thị cho bất kỳ ai

trừ bạn. Thông tin này bao gồm địa chỉ email, số điện thoại và giới tính của bạn.

Làm cách nào để thêm hoặc thay đổi ảnh đại diện trên Instagram trên web?

Bạn vẫn có thể thêm ảnh đại diện hoặc thay đổi ảnh đại diện hiện tại khi xem Instagram trên web. Cách để thêm, xóa hoặc thay đổi ảnh đại diện của bạn như sau:

- Nhấn hoặc nhấp vào .
- Nhấn hoặc nhấp vào ảnh đại diện hoặc vòng tròn trống bên cạnh tên người dùng của bạn.
- Chọn tải ảnh mới lên hoặc xóa ảnh hiện tại của bạn.

Làm cách nào để tìm kiếm trên Instagram trên web?

Tìm kiếm trên Instagram từ web trên máy tính:

- Mở trình duyệt web rồi truy cập Instagram.com
- Nhấp vào 🔍 Tìm kiếm ở đầu trang và nhập tên, hashtag hoặc địa điểm bạn đang tìm kiếm
- Cách tìm kiếm trên Instagram từ web di động trên điện thoại như sau:
- Mở trình duyệt web rồi truy cập Instagram.com
- Nhấn vào 🔍 ở cuối màn hình rồi nhập tên, hashtag hoặc địa điểm mà bạn đang tìm kiếm

Làm cách nào để xem hoạt động của người dùng trên Instagram trên web?

Để xem thông báo hoạt động của bạn, những người bạn theo dõi và những người theo dõi bạn trên Instagram trên web, nhấn hoặc nhấp 📌 ở đầu màn hình.

Làm cách nào để báo cáo nội dung không phù hợp khi sử dụng Instagram trên web?

Nếu bạn đang dùng Instagram trên web (ví dụ: trên máy tính hoặc trình duyệt web) và nhìn thấy nội dung nào đó không tuân thủ Nguyên tắc cộng đồng của Instagram, bạn có thể báo cáo tài

khoản của người đã đăng nội dung đó hoặc báo cáo bài viết đó bằng cách:

- Để báo cáo tài khoản của ai đó, hãy truy cập trang cá nhân của họ và nhấp vào ... bên cạnh tên người dùng của họ. Chọn Báo cáo người dùng. Sau đó, nhấp vào loại tài khoản mà bạn muốn báo cáo và làm theo các hướng dẫn trên màn hình.

- Để báo cáo bài viết, nhấp vào ... bên dưới bài viết đó. Sau đó, nhấp vào Báo cáo không phù hợp và làm theo hướng dẫn trên màn hình.

Lưu ý: Bạn cũng có thể báo cáo lạm dụng trong khi sử dụng ứng dụng Instagram.

TÓM TẮT PHẦN II CHƯƠNG 3

Bạn sẽ có một bản hướng dẫn sử dụng Instagram đầy đủ, tường tận, chi tiết để có thể tận dụng hết tất cả các tính năng trên mạng xã hội này nhằm quảng bá thương hiệu của mình. Tại đây, bạn sẽ biết cách:

- Tìm kiếm những người mà bạn biết để theo dõi, cách kết nối danh bạ liên hệ và ngắt đồng bộ hóa liên hệ.

- Tìm kiếm tên người dùng, hashtag trên Instagram

- Quản lý người theo dõi, cách đặt tài khoản ở chế độ riêng tư, làm thế nào để chặn hay bỏ chặn một người nào đó trên Instagram.

- Đăng tải một hay nhiều hình ảnh, video lên Instagram

- Chỉnh sửa hình ảnh, video dựa vào hiệu ứng và bộ lọc do Instagram cung cấp

- Chỉnh sửa bài viết bằng việc thêm chú thích, thẻ vị trí hay gắn thẻ một ai đó trong hình ảnh hoặc video trước khi chia sẻ lên Instagram.

- Chia sẻ bài viết trên Instagram với các mạng xã hội khác như Facebook, Twitter.

- Trả lời bình luận của một tài khoản khác trên Instagram

- Sử dụng Instagram trên website từ việc truy cập vào trang cá nhân, thay ảnh đại diện, cách tìm kiếm hay đăng ảnh, video lên

Instagram.

PHẦN III

MỘT TÀI KHOẢN INSTAGRAM
HOÀN CHỈNH

Chương 1

Tối ưu profile

Nếu bạn đã có tài khoản Instagram thì bạn có thể bỏ qua bước này!

1. Tên trang của bạn

Việc lựa chọn tên cho trang Instagram của bạn là hoàn toàn quan trọng. Tên trang cũng chính là tên thương hiệu và nhiệm vụ của nó cũng tương tự như tên miền trang web của bạn. Khi mọi người tìm đến bạn thì nó cần được nhận ra và có đáp án ngay lập tức. Và không quá khi nói tên trang đóng góp một phần thành công của bạn trên Instagram.

Đừng vội vàng mà lựa chọn một cái tên không ưng ý. Hãy dành nhiều thời gian để tìm hiểu. Hãy hỏi ý kiến của bạn bè, người thân hoặc bất kỳ ai mà bạn tin tưởng. Hãy tham khảo thêm ý kiến của những khách hàng.

Dưới đây không hẳn là một vài quy tắc nhưng nó sẽ là những gợi ý quan trọng giúp bạn chọn lựa một cái tên trong số vô vàn những cái tên mà bạn đã điểm danh qua.

Cách phát âm

Cách phát âm chính là cầu nối để khách hàng có thể truyền miệng thương hiệu của bạn. Dễ dàng nói ra tên của bạn cho người khác nghe hiểu và tìm kiếm được bạn chính là tiêu chí lựa chọn tên Instagram. Đừng để dù chỉ là một phần tên của bạn gây ra sự nhầm lẫn đáng tiếc.

Duy nhất

Rõ ràng bạn không thể lựa chọn những cái tên đã bị người khác

lựa chọn và sử dụng. Bạn lại càng tránh những trường hợp có điểm tương đồng với bất kỳ doanh nghiệp nào khác đã có trên Instagram.

Hãy là duy nhất, tránh xa những hiểm họa về bản quyền bởi nó rất dễ dàng quay trở lại cắn bạn khi bạn thành công với trang riêng của mình.

Dấu chấm câu và những dấu gạch dưới

Bạn hiểu rằng việc sử dụng những dấu chấm câu và dấu gạch dưới có thể tạo nên những điểm duy nhất cho riêng mình. Tuy nhiên chúng lại là tác nhân gây ra sự khó khăn trong việc tìm kiếm và kết nối đến tài khoản Instagram của bạn bởi Google sẽ coi những nội dung như “mediaz.book.2018” như là những từ riêng biệt, khiến việc khám phá trang của bạn khó khăn hơn nhiều. Một cách lý tưởng là bạn nên loại bỏ hết chúng ra khỏi cái tên mình lựa chọn nhưng điều này có vẻ hơi khó khăn. Do vậy, hạn chế việc sử dụng chúng và đừng bao giờ đặt dấu chấm câu cùng dấu hai chấm ngay cạnh nhau. Đừng quên nhé!

Độ dài

Dường như quá dài trong cái tên của bạn. Đây là câu nói phảng phất trong đầu của bạn khi cân nhắc về cái tên. Nhưng, bao nhiêu là dài? Bao nhiêu là phù hợp?

Câu trả lời chính là bạn hãy truy cập một trang bất kỳ và xem tên của những người họ đang theo dõi, những người đang theo dõi họ. Tên của người dùng nào không bị cắt bỏ, ẩn đi bởi những dấu ba chấm sẽ là những tên có độ dài phù hợp.

Đang theo dõi		
Mọi người	Hashtag	
	dashabough Dasha Bough	Theo dõi
	harvardcheerleading Harvard Cheerleading	Theo dõi
	kuumbasingers kuumbasingers	Theo dõi
	harvfoun The Harvard Foundation	Theo dõi
	harvardcollegewomens... Harvard College Women'...	Theo dõi
	hbsexeced  HBS Executive Education	Theo dõi

Việc tên tài khoản bị cắt bỏ sẽ tăng thêm sự mơ hồ và nhầm lẫn cho những người theo dõi bạn, họ sẽ không hiểu tên trang của bạn là gì và sẽ không biết bạn là ai.

Vậy nên bạn hãy chú tâm vào những cái tên ngắn, bởi ngoài việc dễ tìm kiếm thì tên ngắn cũng sẽ giúp người theo dõi dễ nhớ đến bạn hơn để tìm kiếm cho những lần truy cập sau.

Yếu tố giới tính, dân tộc, tôn giáo

Hãy để chúng tránh xa khỏi tên của bạn bởi những nội dung này được đưa vào sẽ làm hạn chế số lượng khách hàng tiềm năng của bạn khi bắt đầu.

Tên mang ý nghĩa chung chung, phổ biến

Đó là những danh từ chung, và hãy cố gắng đưa chúng ra khỏi danh sách tên mà bạn lựa chọn. Số lượng khổng lồ những cái tên này đã xuất hiện trên Instagram, khi bạn đắm đầu vào lựa chọn chúng bạn sẽ phải đối mặt với rất nhiều khó khăn. Và nó cũng là

bức tường cản đường cho sự thành công sau này của bạn khi quảng bá thương hiệu trên Instagram.

Sự liên quan

Bạn muốn tên của bạn có liên quan đến những nội dung bạn đăng tải thì việc sử dụng những từ khóa như một phần trong cái tên của bạn là bước đầu tiên bạn phải làm. Và từ khóa này phải nằm đầu tiên trong tên tài khoản của bạn. Bởi khi bắt đầu tìm kiếm họ sẽ nhập vào trường tìm kiếm chính là từ khóa của nó. Nếu tên của bạn không hiện ra thì dĩ nhiên bạn đã bị loại ra khỏi cuộc chơi này! Hãy nghĩ xa hơn cách nó liên quan đến tên của bạn và cả cách nó sẽ kết nối với thương hiệu của bạn sau này.

Hoặc cũng có thể nó chính là tên thương hiệu của bạn

Tên tài khoản Instagram của bạn phải là một cái tên riêng biệt, không giống với bất kỳ tài khoản nào để tạo nên nét đặc trưng cho chính thương hiệu của bạn. Và tên tài khoản cũng cần phải thể hiện sự chuyên nghiệp của một thương hiệu khi người khác nhìn vào. Bạn không nên sử dụng những từ hoặc cụm từ không có ý nghĩa để đặt tên. Các thương hiệu thường lấy chính tên thương hiệu của mình để làm tên tài khoản Instagram và tên của doanh nghiệp trong phần giới thiệu. Bởi, tên là thứ được người dùng nhớ đến đầu tiên khi họ muốn tìm kiếm thương hiệu của bạn trên thanh tìm kiếm của Instagram. Bạn nên sử dụng đồng bộ tên chuyên dụng cho tất cả các tài khoản: Instagram, Facebook, Twitter... để tạo nên nét riêng biệt với các thương hiệu khác và người dễ dàng tìm kiếm tên của bạn dựa trên tính đồng bộ hóa này.

Ngay sau lúc này, có lẽ đã có một vài cái tên đã sẵn sàng cho bạn sử dụng. Trước khi lựa chọn cái tên cuối cùng, đừng quên việc cân nhắc nó với những gì bạn đang xây dựng. Nếu chưa thực sự phù hợp hãy tìm các tên mới và quay lại các tiêu chí trước đó để đảm bảo rằng tên mới của bạn khá ổn để sử dụng.

Những tiêu chí này sẽ giúp bạn đưa ra một cái tên có thể đi với bạn lâu dài. Đừng đổi tên nếu nó không thực sự cần thiết, bởi nếu bạn đã hoạt động một thời gian và có lượng người theo dõi nhất định, họ sẽ cho rằng đang có một người mới quản lý tài khoản của bạn, nhiều người trong số đó sẽ nhanh chóng hủy theo dõi bạn. Vì vậy, thay vì trải qua quá trình đau đớn khi đổi tên Instagram bạn nên cân nhắc kỹ để có thể sử dụng được lâu dài hơn.

2. Avatar - hình ảnh nhỏ, tác động lớn

Điều đầu tiên khi khách hàng tìm kiếm đến bạn và nhận biết bạn không phải là hình ảnh của bài post, càng không phải là nội dung mà chính là cái tên và avatar. Đây chính là biểu tượng đại diện cho bạn hay thương hiệu của bạn. Và đây cũng chính là cơ hội để gây ấn tượng với những người dùng.

Avatar xuất hiện ở khắp mọi nơi, ở ngay chính bài đăng của bạn, ở ngay những dòng bạn bình luận và cả những thông báo về hoạt động của bạn tới người theo dõi. Dưới đây sẽ là hai tiêu chí để làm nên một avatar hoàn hảo:

Nổi bật

Avatar của bạn phải nổi bật. Việc chỉ xuất hiện ở góc trái màn hình với kích thước rất bé, nhất là trên màn hình điện thoại đã làm giảm tác động của nó đến người dùng. Vậy nên, bạn phải làm nó trở nên nổi bật. Mẹo nhỏ được đưa ra là avatar của bạn nên sử dụng nền màu trắng hoặc màu tối để làm nổi bật hình ảnh hoặc logo của bạn.

Đơn giản

Hoàn hảo nhất là đỉnh cao của sự đơn giản. Ở đó bạn không thể thêm bất cứ thứ gì vào và cũng chẳng thể lấy được cái gì đó đi. Đừng làm nó quá phức tạp, bởi avatar quá bé để người dùng có thể thấy các chi tiết nhỏ bé trên một góc nhỏ ở chiếc điện thoại của họ và những chi tiết quá phức tạp sẽ gây ra khó khăn trong việc liên kết giữa avatar với thương hiệu của bạn.

Trên thực tế, rất nhiều doanh nghiệp trên Instagram lấy luôn logo của chính họ làm avatar đặt trên nền tương phản. Nó không quá cầu kỳ mà vẫn truyền tải được thông điệp về thương hiệu đến người dùng.

3. Phần mô tả, giới thiệu

Sau khi xem nhanh avatar bắt mắt, tên người dùng xác định họ sẽ bắt đầu tò mò về tiểu sử của bạn. Bạn không có nhiều thời gian để gây ấn tượng tốt, bạn chỉ có vài dòng, và đó là chính nó. Phần mô tả, giới thiệu này nằm vị trí ngay phía dưới của ảnh đại diện, bạn hãy chú ý chăm chút nó để thu hút nhiều follower.



Tên

Để hồ sơ của bạn đẹp thì phần tên chỉ nên chiếm một dòng. Nội dung phải dễ đọc, ngắn gọn. Mọi thứ phải đơn giản để người dùng có thể xem hồ sơ của bạn dễ dàng mà không gây ra sự nhầm lẫn nào. Nó tách biệt với tên trang thực của bạn. Bạn có thể chọn lại đúng tên trang trừ khi bạn có một cái gì đó cần tập trung vào. Nếu bạn có một thông điệp nó cũng có thể hỗ trợ bạn truyền tải nội dung.

Trang web

Đặt vào đây địa chỉ website của bạn (nếu có). Nếu bạn thêm vào những biểu tượng cảm xúc trở xuống cho liên kết của mình thì những biểu tượng này sẽ làm nên một Call to Action hữu hiệu, thu hút được sự chú ý của người xem.

Một tip nhỏ cho bạn là đôi khi đường link của trang đích quá dài, đừng ngại rút gọn chúng thành những đường link kiểu như: <http://link.mzg.vn/1yyMu> bởi người dùng sẽ nghĩ rằng đó là lừa đảo. Thay vào đó bạn có thể chỉnh sửa những đường link đó thành: <http://link.mzg.vn/mediaz-book> nó sẽ trông tin cậy hơn rất nhiều.

Ngoài ra, nếu có thể đừng đặt www ở đầu và nên viết hoa các chữ cái đầu tiên trong liên kết của bạn. Ví dụ như: “MediaZBook.vn”.

Tiểu sử

Dưới dòng Tên thương hiệu, bạn hãy mô tả một chút về mình, về doanh nghiệp của mình như bạn là ai, phương châm sống của bạn là gì hay doanh nghiệp của bạn đang kinh doanh những sản phẩm, dịch vụ gì thuộc lĩnh vực nào, ngành nào... nhằm thu hút những người có cùng mối quan tâm và đang có ý định tìm hiểu những sản phẩm, dịch vụ mà bạn kinh doanh theo dõi tài khoản của bạn.



Tên MediaZ Book

Tên người d... mediazbook

Trang web <https://mediazbook.vn/>

Tiểu sử MediaZ Book là đơn vị đầu tiên xuất bản các tựa sách chuyên ngành Digital Marketing

Thông tin doanh nghiệp

Trang MediaZ Book >

Hạng mục Business >

Tùy chọn liên hệ >

Thông tin riêng tư

Bên cạnh đó, bạn cần đưa ra những thông tin liên hệ như địa chỉ doanh nghiệp, số điện thoại hotline, địa chỉ email... để người dùng có thể tiện liên lạc với bạn nếu như họ có mong muốn tìm hiểu và mua sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Và cuối cùng, nếu như doanh nghiệp của bạn sở hữu một website, một blog... thì hãy đừng ngần ngại dẫn đường link vào phần giới thiệu này. Bởi chính những trang website hay blog này là chìa khóa để tạo sự tin tưởng đối với những người lần đầu ghé thăm tài khoản Instagram của bạn. Dưới đây là một vài mẹo phổ biến mà

bạn nên làm theo khi tạo tiểu sử của mình:

- 4 dòng là tối đa

Hãy giữ cho tiểu sử của bạn không quá 4 dòng. Nếu có liên kết trong tiểu sử của bạn thì nó phải khớp với liên kết trang web của sản phẩm dịch vụ bạn đang muốn hướng khách hàng tới.

- Đích đến phù hợp với những gì bạn quảng cáo

Khi đích đến không trùng khớp với những gì giới thiệu cho khách hàng thì bạn đang giết chết luồng lưu lượng truy cập của mình. Người dùng đã biết đến những gì họ muốn trước khi họ truy cập trang web của bạn. Phá vỡ kỳ vọng này sẽ làm tổn hại đến thương hiệu của bạn và làm giảm đáng kể chuyển đổi đến từ trang này.

- Đồng điệu giữa tiểu sử và các yếu tố khác trong trang

Sự đồng điệu chính là chìa khóa cho sự thành công. Mọi người gần như không có thời gian, hoặc có rất ít thời gian để tìm hiểu chi tiết những gì bạn đang quảng cáo. Nên việc tiểu sử đồng điệu với cái bạn bán, với những hình ảnh trong trang sẽ giữ chân người dùng ở lại trang của bạn.

- Đặt thông tin liên hệ ngay dưới phần tiểu sử

Một phương pháp để liên hệ trực tiếp với bạn tuyệt vời biết bao nhiều khi họ có nhu cầu về sản phẩm dịch vụ của bạn. Nếu bạn muốn họ liên lạc qua email hãy để lại email của bạn. Nếu bạn muốn họ liên lạc qua điện thoại, đừng ngại ngần lưu số điện thoại của bạn ngay dưới phần tiểu sử của mình.

- Tuyên bố về bản quyền

Nếu bạn đăng tải lại một vài hình ảnh của người khác trên Instagram của mình thì bạn có thể để ý đến mẹo đặt cụm từ này trong tiểu sử của mình: “credits to all owners and photographers”. Việc đặt thông tin này sẽ bảo vệ được trang của bạn và hạn chế bị block bởi chính Instagram.

4. Growth hacking với tài khoản Instagram

Những trang lớn đang làm gì, mình phải làm gì để được như họ sẽ là câu hỏi mà nhiều bạn thắc mắc khi bắt đầu bước chân vào Instagram. Để thành công, dĩ nhiên luôn có những nỗ lực nhưng đi kèm nó sẽ luôn là những mô hình hóa hành động và suy nghĩ

của họ. Điều này áp dụng được trong nhiều lĩnh vực, trong cuộc sống và giờ đây với Instagram cũng không ngoại lệ.

Khi bắt đầu xây dựng trang Instagram riêng cho mình, bạn nên xem những trang đã thành công trong lĩnh vực của mình hoặc tương tự của mình và nghiên cứu cách thức hoạt động, triển khai của chúng. Hãy xem họ đã làm gì, họ đang làm gì, họ không làm gì! Hãy luôn tò mò về những bước đi của họ nếu như bạn cũng muốn được như họ trong tương lai. Và dưới đây sẽ là một số tips mà nhiều trang lớn đang áp dụng!

Tên

Tên của họ chính là lợi ích, khi bạn đọc những cái tên này, bạn sẽ thấy rõ ràng trong việc bạn sẽ nhận được lợi ích hay kết quả gì khi follow. Hoặc cũng có thể đó là tên thương hiệu của bạn nếu như thương hiệu đó đủ lớn để thu hút sự quan tâm của người dùng.

Avatar

Các thiết kế của họ đều có một điểm chung là đơn giản hóa mọi chi tiết, nền và yếu tố cần nổi bật có màu tương phản với nhau. Các loại biểu tượng này sẽ được nổi bật và thu hút ngay từ cái nhìn đầu tiên của khách hàng. Đơn giản và sự tương phản mạnh mẽ về màu sắc là những gì bạn cần quan tâm khi lựa chọn Avatar.

Tiểu sử

Mỗi trang luôn có một thông điệp ngắn đi kèm, nó ngắn nhưng có tác động mạnh mẽ, có thể đi kèm call to action nếu bạn đang bán hàng. Một số trang thường sử dụng từ “Miễn phí” trong hồ sơ của họ, có thể là miễn phí ship hàng, tư vấn miễn phí...

Nội dung

Những trang nổi tiếng này thường xuyên cập nhật nội dung là hình ảnh hay video của họ lên trang với khoảng cách 1-2 giờ một bài đăng, trong ngày tối đa lên tới 14 bài đăng. Đây chính là một trong số những lý do vì sao họ có thể xây dựng một thương hiệu mạnh, luôn đi đầu trong tâm trí mọi người với nhiều lượt theo dõi trên Instagram như vậy.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG I

Để có một profile Instagram hoàn hảo, bạn cần chú ý những thông tin sau:

1. Tên trang của bạn

- Cách phát âm chính là cầu nối để khách hàng có thể truyền miệng thương hiệu của bạn.
- Hãy là duy nhất, tránh xa những hiểm họa về bản quyền bởi nó rất dễ dàng quay trở lại cắn bạn khi bạn thành công với trang riêng của mình.
- Giới hạn việc sử dụng dấu chấm câu, dấu gạch dưới và đừng bao giờ đặt dấu chấm câu cùng dấu hai chấm ngay cạnh nhau.
- Hãy chú tâm vào những cái tên ngắn, bởi ngoài việc dễ tìm kiếm thì tên ngắn cũng sẽ giúp người theo dõi dễ nhớ đến bạn hơn để tìm kiếm cho những lần truy cập sau.
- Không đưa yếu tố giới tính, dân tộc và tôn giáo khỏi tên của bạn bởi những nội dung này được đưa vào sẽ làm hạn chế số lượng khách hàng tiềm năng của bạn khi bắt đầu.
- Tên mang ý nghĩa chung chung, phổ biến là những danh từ chung, và hãy cố gắng đưa chúng ra khỏi danh sách tên mà bạn lựa chọn.
- Bạn muốn tên của bạn có liên quan đến những nội dung bạn đăng tải thì việc sử dụng những từ khóa như một phần trong cái tên của bạn là bước đầu tiên bạn phải làm.
- Tên tài khoản Instagram của bạn phải là một cái tên riêng biệt, không giống với bất kỳ tài khoản nào để tạo nên nét đặc trưng cho chính thương hiệu của bạn. Bạn có thể sử dụng tên thương hiệu là tên tài khoản Instagram của mình.

2. Avatar – hình ảnh nhỏ, tác động lớn

Để có một avatar hoàn hảo, bạn nên áp dụng theo hai tiêu chí sau:

- Avatar của bạn phải nổi bật. Bạn nên sử dụng nền màu trắng hoặc màu tối để làm nổi bật hình ảnh hoặc logo của bạn.
- Hãy đơn giản hóa chi tiết nhất có thể, đừng tạo một avatar quá phức tạp. Đây là lời khuyên dành cho bạn. Hoặc bạn có thể sử dụng logo thương hiệu để đặt avatar cho tài khoản Instagram của mình.

3. Phần mô tả, giới thiệu

- Phần tên chỉ nên chiếm một dòng
- Hãy thêm địa chỉ website của bạn vào phần này (nếu có).
- Hãy giữ cho tiểu sử của bạn không quá 4 dòng, đưa ra những thông tin trùng khớp với những gì doanh nghiệp của bạn đang kinh doanh và nên đặt thông tin liên hệ ngay dưới phần tiểu sử để khách hàng tiện liên lạc với bạn.

4. Growth hacking với tài khoản Instagram

Để xây dựng trang Instagram cho riêng mình, bạn có thể áp dụng theo một số tips mà nhiều thương hiệu lớn đang làm dưới đây:

- Tên tài khoản Instagram có thể là tên thương hiệu của bạn nếu như thương hiệu đó đủ lớn để thu hút sự quan tâm của người dùng.
- Các thiết kế avatar của những thương hiệu lớn đều có một điểm chung là đơn giản hóa mọi chi tiết, nền và yếu tố cần nổi bật có màu tương phản với nhau.
- Những trang nổi tiếng này thường xuyên cập nhật nội dung là hình ảnh hay video của họ lên trang với khoảng cách 1-2 giờ một bài đăng, trong ngày tối đa lên tới 14 bài đăng.

Chương 2

Chọn ảnh để chia sẻ

1. Tầm quan trọng của yếu tố hình ảnh trong truyền thông

Hình ảnh thu hút những ánh nhìn của khách hàng

Nếu cùng được đặt vào một cuộc đua thu hút ánh nhìn của người đọc thì chắc chắn rằng hình ảnh luôn luôn thắng thế văn bản. Ý tưởng tốt và nội dung hấp dẫn là yếu tố khiến người đọc quan tâm đến vấn đề đang được nói đến, nhưng để có được sự chú ý đầu tiên thì hình ảnh minh họa đi kèm phải bắt mắt và ấn tượng. Hãy thử nghĩ xem một bài viết có nội dung hay nhưng không có hình ảnh minh họa hoặc hình ảnh không nổi bật thì người đọc bỏ qua nó như một lẽ đương nhiên. Ngược lại, hình ảnh sống động, màu sắc độc đáo, thông điệp chính được chèn vào ngắn gọn thì lập tức lại thu hút được cái nhìn của nhiều người, kéo họ vào quan tâm và đọc tiếp phần nội dung muốn truyền tải đến thông điệp cho người đọc.

Bài viết có chứa hình ảnh sẽ thu hút khoảng 94% lượt xem và tương tác. Hình ảnh truyền tải thông điệp sẽ mạnh mẽ hơn, thuyết phục hơn. Hình ảnh đồng thời cũng giúp người tiêu dùng làm chủ cuộc chơi, thông qua những hình ảnh này họ có thể đưa ra quyết định mua hàng nhanh chóng và độc lập hơn.

Hình ảnh bổ sung thêm để trọn vẹn ý nghĩa câu từ

Một đoạn văn bản dài cả vài trang được tóm gọn lại chỉ bằng một sơ đồ hình ảnh chính là ví dụ đắt giá nhất để minh chứng cho việc hình ảnh bổ sung thêm để trọn vẹn ý nghĩa câu từ. Người đọc chỉ việc lướt nhẹ qua sơ đồ thì việc nắm bắt nội dung của cả đoạn sẽ được bao quát hơn, dễ hiểu hơn.

Một ví dụ nữa phải kể đến là hình ảnh mang yếu tố visual mạnh, chỉ có hình ảnh không có câu chữ hoặc rất ít text đi kèm, khi đó hình ảnh sẽ chiếm thể thượng phong và câu chữ chỉ còn là hậu phương vững chắc. Hình ảnh lúc này sẽ có tiếng nói, có thông điệp truyền tải, nó đủ mạnh để thay thế phần text thông thường.

Hình ảnh truyền đạt được nhiều cảm xúc

Sứ mệnh của hình ảnh còn là truyền đạt được nhiều cảm xúc. Việc sử dụng màu sắc chủ đề, lựa chọn bố cục hình ảnh, dùng phong cách phù hợp có thể mang đến những cảm xúc khác nhau. Và mỗi thiết kế không chỉ là việc cố gắng để hình ảnh thể hiện trọn vẹn ý nghĩa câu từ mà còn phải nắm bắt được tâm lý của nhóm đối tượng khách hàng hướng đến để có những lựa chọn riêng cho mình, truyền tải được cảm xúc muốn mang tới cho khách hàng thông qua chính hình ảnh mà mình thiết kế.

2. Chọn hình ảnh để chia sẻ

Trước khi chia sẻ ảnh lên mạng xã hội, bạn hãy tìm kiếm và xem các thương hiệu, cá nhân khác đang sử dụng mạng xã hội này như thế nào để quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình. Thanh tìm kiếm xuất hiện ở các trang mạng xã hội như một công cụ để hỗ trợ bạn tham khảo thông tin từ các nhãn hàng khác. Hãy xem họ truyền tải thông tin như thế nào, họ tương tác với người dùng ra sao từ đó tạo nên được một vài nguồn cảm hứng cho thương hiệu của bạn. Không ngừng sáng tạo ra những cái mới, cải thiện những vấn đề còn tồn tại để mang lại cho khách hàng một sự trải nghiệm tốt nhất có thể là điều bạn nên làm ngay lúc này.

Với các mạng xã hội hình ảnh được bạn chia sẻ sẽ vượt xa khả năng mà bạn đang có. Bạn không cần phải có một chiếc máy ảnh thật đắt tiền hay tham gia những khóa học nhiếp ảnh với chi phí lên đến chục triệu, bạn chỉ cần có khả năng hiểu được những gì cộng đồng của bạn đang phản hồi, đang quan tâm là bạn có thể nắm bắt được tâm lý khách hàng và xây dựng một thương hiệu riêng cho chính mình.

Dưới đây là một vài tiêu chí để bạn có thể áp dụng trong việc chia sẻ hình ảnh của mình lên profile nhằm thu hút ánh mắt người nhìn, để lại ấn tượng sâu đậm trong họ mỗi khi nhắc đến tên thương hiệu, nhãn hàng, từ đó mang lại một lượng lớn khách hàng tiềm năng cho doanh nghiệp.

Hình ảnh phù hợp với thương hiệu

Mạng xã hội là nền tảng lý tưởng để các thương hiệu kể những câu chuyện của chính mình. Đặc biệt là với Instagram, thông qua việc xây dựng hình ảnh và video ấn tượng các thương hiệu này dẫn dắt người dùng vào thế giới của họ, kết nối họ bằng like, comment, share những hình ảnh hay video đã đăng tải.

Hình ảnh gắn liền với thương hiệu thường được xem như một cầu nối giao tiếp với cộng đồng của bạn. Thông qua hình ảnh họ dễ dàng biết được bạn là ai, bạn đang ở đâu, bạn hoạt động trong lĩnh vực nào, sản phẩm dịch vụ của bạn là gì và thậm chí họ có thể biết được khách hàng đang suy nghĩ và cảm nhận như thế nào về giá trị thương hiệu của bạn khi họ nhìn thấy những hình ảnh này được chia sẻ qua mạng xã hội của bạn.

Hình ảnh được thiết kế phù hợp với thương hiệu sẽ tác động mạnh mẽ và trực tiếp nhất tới tâm lý của người dùng, họ sẽ nhận ra ngay lập tức thương hiệu này liệu có phù hợp với bản thân mình hay không, đây có phải là thứ họ cần hay không. Chẳng hạn như Chanel, Gucci hay Louis Vuitton... là những thương hiệu thời trang cao cấp thế giới, sản phẩm của họ được thiết kế dành cho các đối tượng thượng lưu, thể hiện sự đẳng cấp, mang một phong cách sang trọng, quý phái của những người sử dụng các nhãn hàng này. Những thương hiệu lớn này thường đăng tải hình ảnh những người mẫu, những ngôi sao nổi tiếng đã mặc trang phục của họ lên mạng xã hội để cho thấy một phong cách khác biệt, một sự đẳng cấp hơn so với các hãng thời trang bình dân nhằm thu hút cộng đồng của mình quan tâm và sử dụng những mẫu thiết kế của họ dựa trên tâm lý muốn được giống phong cách của người nổi tiếng. Vì vậy, những nhãn hàng này sử dụng mạng xã hội như một sợi dây kết nối với cộng đồng để quảng bá các bộ sưu tập mới và các show trình diễn thời trang, từ đó, truyền tải thông điệp của thương hiệu một cách trực tiếp nhất, rõ nét nhất và tăng khả năng tiếp cận với khách hàng mục tiêu đặc biệt là giới trẻ - những người có niềm đam mê với phong cách và thời trang.

Trước khi chia sẻ những hình ảnh, video bạn hãy dành một chút thời gian để thấu hiểu thương hiệu của bạn và tìm hiểu nhu cầu, mong muốn, các mối quan tâm của khách hàng, phân khúc rõ ràng đối tượng các khách hàng để xác định được nhóm khách hàng mà bạn muốn theo đuổi, từ đó, bạn sẽ xây dựng những hình ảnh, video phù hợp với mục tiêu mà thương hiệu muốn hướng đến, muốn mang lại cho cộng đồng của mình.

Và đừng quên những hình ảnh bạn sử dụng được kết hợp biểu tượng, logo, phối màu để người xem có thể dễ nhận biết bạn trong

vô vàn bức ảnh, video mà họ lướt qua.

Hình ảnh tự chụp, tự thiết kế

Hình ảnh tự chụp, tự thiết kế mang được nét cá tính của riêng bạn, thể hiện được khác biệt trong “phần nhìn” của người đọc. Hình lấy từ website khác bạn có thể vi phạm về luật sử dụng hình ảnh. Nhiều người còn cố ý cắt hoặc xóa logo ra khỏi hình ảnh mình tìm được nhưng cách này gây ra sự thiếu tôn trọng người dùng, mất thời gian và không được đánh giá cao từ Google, bởi nó vẫn nhận ra đâu là hình gốc dựa trên cả thời gian upload.

Nếu đó là những hình ảnh bạn tự chụp hoặc thiết kế thì bạn sẽ có thêm điểm cộng từ Google khi đánh giá bởi hình ảnh có bạn là độc nhất. Và những hình ảnh dạng này cũng tránh được vấn đề tranh chấp bản quyền không đáng có khi bạn đang muốn xây thương hiệu cho cá nhân hay doanh nghiệp của mình.

Hình ảnh liên quan tới nội dung bài viết

Hình ảnh chỉ mang ý nghĩa khi nó truyền tải được thông điệp, liên quan tới nội dung bài viết. Một hình ảnh dù có đẹp đến đâu nếu không liên quan hay bổ sung được cho bài viết thì không có ý nghĩa gì hết.

Hình ảnh có bố cục, kích thước phù hợp

Kích thước hình ảnh cần sự phù hợp, không quá nhỏ để bị vỡ, không quá to để không hiển thị hết. Đừng quên làm thẳng hình ảnh, xem xét các quy tắc tiêu điểm tính đối xứng, hay qui tắc 1/3 trong bố cục của hình ảnh khi chụp ảnh.

Hình ảnh đẹp, chất lượng cao

Độ sắc nét, có bố cục, màu sắc phù hợp là những yếu tố có thể làm nên một hình ảnh đẹp. Hình ảnh bị mờ, vỡ, bố cục lộn xộn, màu sắc đối kháng nhau liệu có thu hút được sự quan tâm của bạn đến nội dung và tiếp tục đọc những nội dung đấy không?

“Đẹp” đang là một từ cảm quan, không cân đo cũng khó đong đếm được. Do vậy bạn chỉ có thể cảm nhận bằng những cảm quan của mình để lựa chọn ra những hình ảnh phù hợp để truyền tải thông điệp của bạn.

Đừng bỏ qua phần này. Nếu có thể hãy đầu tư một máy ảnh chất lượng cao, sử dụng các phần mềm chỉnh sửa ảnh hay làm bất cứ

điều gì cần thiết để có một bức ảnh đẹp, chất lượng cao.

Chèn text vào hình ảnh

Bối hình ảnh chính là thứ đầu tiên mà người dùng chú ý tới, do đó, việc bạn thêm những thông điệp chính của bạn ngay trong ảnh là điều cần thiết. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng Facebook không hề thích những ảnh quảng cáo có chứa quá nhiều chữ, và họ sẽ giới hạn khả năng tiếp cận của quảng cáo nếu họ đánh giá bức ảnh có quá 20% text.

3. Cách thức xây dựng bài đăng

Thống nhất phong cách chủ đạo trong các bài đăng

Khi mới bắt đầu lập tài khoản mạng xã hội, bạn hãy bắt đầu với những bài post có hình ảnh và nội dung nêu bật rõ phong cách, hướng đi chủ đạo cũng như đối tượng mục tiêu mà doanh nghiệp của bạn muốn hướng tới để không bị trộn lẫn với nhiều thương hiệu khác. Hãy định hình phong cách riêng mà chỉ thương hiệu của bạn mới có để thúc đẩy mọi người quan tâm đến sản phẩm, dịch vụ của bạn và có thể ngay lập tức ấn nút Theo dõi tài khoản của bạn.

Mọi người nhìn thấy hình ảnh của bạn trong nguồn cấp Instagram của họ hoặc truy cập vào trang cá nhân của bạn trên Instagram, họ sẽ biết đó là thương hiệu của bạn cũng như hiểu thông điệp bạn đang cố gắng truyền tải. Lưu ý rằng hình ảnh bạn chia sẻ trên Instagram cần mang tính nhất quán ngay cả khi bạn sử dụng một số hình ảnh làm nội dung tự nhiên và các hình ảnh khác làm quảng cáo.

Chẳng hạn như doanh nghiệp của bạn chuyên xuất bản các ấn phẩm sách liên quan đến chuyên ngành Digital Marketing, bạn không thể chia sẻ những câu chuyện về cuộc sống hay tình yêu lên tài khoản Instagram của mình, bạn phải định hình ngay từ đầu những nội dung mà bạn muốn chia sẻ cho người dùng là gì, là những kiến thức về Digital Marketing như tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo Facebook, hay làm thế nào để sáng tạo những mẫu content hay, đặc sắc... Đây mới là phong cách chủ đạo mà bạn cần phải theo đuổi và tạo “đường đi, nước bước” cho chính thương hiệu của bạn.

Hãy kiên định với những gì mà bạn làm, đối tượng mà bạn muốn hướng tới, con đường mà bạn muốn theo đuổi cũng như phong cách dùng trên mạng xã hội! Hãy cẩn trọng, tỉ mỉ và cần mẫn với

những gì bạn muốn chia sẻ lên mạng xã hội để tăng lượt tương tác và xây dựng cộng đồng của bạn ngày một lớn mạnh!

Chọn hình ảnh ấn tượng

Một hình ảnh đẹp và một nội dung hay, truyền tải thông điệp của thương hiệu là điều kiện cần và đủ để bạn thu hút khách hàng và tăng số lượng người theo dõi trên mạng xã hội. Một thương hiệu muốn mở rộng sức lan tỏa của mình không những sản xuất ra những sản phẩm, dịch vụ chất lượng mà còn phải chú trọng vào việc truyền thông, quảng bá những sản phẩm, dịch vụ đó trên các nền tảng mạng xã hội. Truyền thông tốt, quảng bá thương hiệu hiệu quả nghĩa là bạn cần phải đầu tư về mặt hình ảnh sao cho đẹp, màu sắc hài hòa, cuốn hút ánh mắt người nhìn ngay từ lần đầu tiên.

Vì vậy, hãy tham khảo hình ảnh từ nhiều tài khoản của đối thủ khác hay những thương hiệu nổi tiếng khác để xây dựng ý tưởng và thiết kế hình ảnh cho các bài đăng của bạn nếu như bạn không biết cách sắp xếp bố cục khung hình, điều chỉnh ánh sáng, phối hợp màu sắc để có thể tạo ra những bức hình đẹp mắt, hài hòa và lôi cuốn.

Ngoài ra, bạn có thể sử dụng tính năng Đa hình ảnh, tức là bạn có thể xem tối đa 10 hình ảnh dưới dạng slideshow. Bạn có thể sử dụng tính năng này để kể một câu chuyện mang phong cách của chính thương hiệu của bạn.

Ví dụ, bạn muốn chia sẻ kiến thức về Email marketing như quy trình bảy bước để tối ưu hóa chiến dịch Email marketing, bạn hãy thiết kế bảy bức ảnh với phần text là tên của mỗi bước. Sau đó, bạn chọn tính năng đăng nhiều ảnh lên Instagram thì người nhìn sẽ dễ dàng theo dõi được quy trình đó thực hiện như thế nào và họ cực kỳ thích thú với việc lựa chọn hình ảnh để minh họa cho bảy bước này khiến họ dễ ghi nhớ vào đầu hơn.

Xây dựng nội dung truyền tải được thông điệp đi kèm hình ảnh hoặc video

Trước hết, nội dung mà bạn chú thích tại phần mô tả ảnh phải có một mối liên kết với hình ảnh. Nội dung bài post mà bạn đăng tải lên phải mang thông điệp nhất định để truyền tải tới khách hàng, khiến họ hiểu được vấn đề mà bạn đang muốn đề cập đến, bạn muốn mang lại thông tin gì cho họ và họ nhận ra được điều gì từ nội dung bài post đó.

Bạn có thể thiết kế nội dung của bài post bằng cách giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mới, hay chia sẻ những kiến thức hữu ích thuộc lĩnh vực, ngành mà bạn đang kinh doanh hay thông báo tới khách hàng những chương trình ưu đãi, giảm giá, giveaway hay minigame để kích thích người dùng tham gia và tương tác với tài khoản của bạn.

Thực hiện công việc này bạn sẽ kích thích được sự chú ý của những người theo dõi bạn hoặc những người chưa từng biết đến bạn nhưng nhìn thấy bài đăng của bạn trong khi tìm kiếm theo Hashtag. Bạn có thể đưa ra một vài lời kêu gọi ở phần chú thích dưới hình ảnh hoặc đặt câu hỏi để người xem tương tác với bạn bằng cách trả lời, đưa ý kiến, quan điểm của họ.

Theo như ví dụ đã được nêu ở trên về quy trình bảy bước để tối ưu hóa chiến dịch Email Marketing, bạn có thể đưa ra một lời kêu gọi như “Thả tim nếu bạn thấy kiến thức này hữu ích với bạn” hay đặt ra câu hỏi “Bạn có ý kiến gì muốn đóng góp vào quy trình này không?”. Chính những câu hỏi hay lời kêu gọi này sẽ khơi gợi được sự hứng thú, sự quan tâm của người dùng dành cho bài post, tạo nên những cuộc hội thoại và tranh luận cho phần hình ảnh và nội dung mà bạn đã chia sẻ, giúp thương hiệu của bạn có sự gắn kết thân thiết hơn với khách hàng.

5. Yêu cầu và đề xuất thiết kế

Có hai loại vị trí bạn có thể truyền tải thông điệp đến khách hàng là bảng tin và Story. Để đảm bảo nội dung hình ảnh bạn truyền tải có chất lượng cao và tốt nhất, hãy lưu ý đến những đề xuất sau:

● Bài đăng bảng tin

Kích thước hình ảnh

Kích thước hình ảnh khuyến nghị cho quảng cáo trên Instagram tùy thuộc vào định dạng mà bạn sử dụng:

- Vuông

Độ phân giải tối thiểu (600 x 600 pixel)

Độ phân giải tối đa (1936 x 1936 pixel)

- Ngang

Độ phân giải tối thiểu (600 x 315 pixel)

Độ phân giải tối đa (1936 x 1936 pixel)

- Dọc

Độ phân giải tối thiểu (600 x 750 pixel)

Độ phân giải tối đa (1936 x 1936 pixel)

Khi tạo quảng cáo trong công cụ tạo quảng cáo, bạn có thể sử dụng tính năng cắt ảnh để đảm bảo rằng quảng cáo trên Instagram của bạn có giao diện như bạn muốn.

Kích thước video

Kích thước file tối đa của video có thể lên tới 4GB.

Độ dài chú thích

Chú thích bạn sử dụng cho quảng cáo trên Instagram sẽ hiển thị bên dưới hình ảnh và có thể bao gồm tối đa 2,200 ký tự.

Tỷ lệ khung hình

Tỷ lệ khung hình cho quảng cáo trên Instagram tùy thuộc vào định dạng.

Vuông - 1:1

Ngang - 1.91:1

Dọc - 4:5

URL trang web trong chú thích

Cách tốt nhất là bạn nên tránh sử dụng URL trong văn bản quảng cáo trên Instagram. URL sẽ không thể nhấp được từ trường văn bản của quảng cáo.

● Quảng cáo trong tin

Định dạng

Hiện hỗ trợ mọi kích thước ảnh và video trong nguồn cấp dữ liệu (từ 1:91 đến 4:5).

Loại file là .mp4 hoặc .mov đối với video hay .jpg hoặc .png đối với ảnh.

Kích thước file tối đa là 4GB đối với video và 30MB đối với ảnh.

Thời lượng video tối đa là 60 giây, theo mặc định hình ảnh sẽ chỉ hiển thị trong 5 giây.

Kích thước

Độ phân giải khuyến nghị: 1080 x 1920

Tối thiểu: 600 x 1067

Codec được hỗ trợ

Video: H.264, VP8

Âm thanh: AAC, Vorbis

6. Tip nhỏ cho hình ảnh của bạn

Luôn ưu tiên hình ảnh thật, sản phẩm vật lý

Nếu là những sản phẩm vật lý được bày bán trên Instagram, bạn hãy ưu tiên những hình ảnh bạn tự chụp, rõ nét về sản phẩm mà khách hàng muốn mua. Đó cũng là tâm lý thói quen của người tiêu dùng và ai cũng biết. Tuy nhiên, điểm đặc biệt được nhấn tới ở đây là nếu bạn muốn bán các sản phẩm phi vật lý như ebook, khóa học, chương trình thì thay vì đăng lên những hình ảnh mockup của nó và cố chỉnh sửa cho giống thật bạn hãy chuyển đổi nó thành các sản phẩm vật lý.

Với Ebook bạn có thể in ra trang bìa và cover vào cuốn sách khác và chụp ảnh thật. Với khóa học bạn có thể làm ra những đĩa DVD để chụp ảnh sản phẩm đính kèm. Nghe có vẻ ngớ ngẩn nhưng hiệu quả đã được chứng minh bằng số lượng bán và lợi nhuận của nó.

Hình ảnh chính diện sản phẩm luôn được nổi bật

Điều này khiến cho khách hàng thu hút hơn vào sản phẩm của bạn. Hình ảnh chính diện cho khách hàng cái nhìn trực quan hơn và cũng sẽ giúp họ có niềm tin tốt hơn vào sản phẩm của bạn.

Hình ảnh sản phẩm đang được sử dụng

Nếu là quần áo có thể chụp ảnh mẫu để xem form dáng, nếu là đồng hồ hãy đeo vào tay, nếu là mũ hãy đội lên đầu và chụp lại những khoảnh khắc này. Thêm yếu tố con người vào thì mức độ

tương tác sẽ cao hơn những hình ảnh trải sàn. Text trên ảnh nếu có cũng nên giữ ở mức độ tối thiểu, vừa đọc, đảm bảo độ thoáng của bức ảnh. Vì là mạng xã hội hình ảnh nên bạn cần chú trọng vào phần hình ảnh đồ họa hơn là phần text bị chôn vùi.

Hình ảnh với nhiều góc nhìn

Hiển thị sản phẩm của bạn dưới nhiều góc nhìn, đưa cho người theo dõi có cái nhìn toàn cảnh về sản phẩm đấy. Điều này giúp cho bài đăng của bạn có nhiều tương tác hơn, chuyển đổi cao hơn và khuyến khích họ mua sản phẩm hơn. Lưu ý nhỏ là bạn có thể sử dụng tính năng đăng nhiều ảnh trên một bài đăng của Instagram.

Mỗi bức ảnh là một màu chủ đạo

Quảng cáo trên Instagram cần phải hấp dẫn, trực quan và nổi bật. Điều đó không có nghĩa là bạn đưa cả bảy sắc cầu vồng vào bài đăng của mình. Gắn bó với một màu sắc chủ đạo có thể khiến khách hàng tương tác nhiều hơn, nhận ra bạn giữa hàng ngàn bài đăng. Còn việc chọn tone màu nào, phong cách thiết kế ra sao tất cả đều do bạn test thử và lựa chọn.

Sử dụng bộ lọc

Bộ lọc cho phép bạn chỉnh sửa mức độ màu sắc, điều này sẽ khiến cho bức ảnh của bạn đẹp hơn, có độ sâu hơn và có hồn hơn. Tuy nhiên, nếu bạn đang quảng bá cho sản phẩm của mình, đừng dùng bộ lọc nhé bởi nó sẽ khiến cho sản phẩm của bạn mất đi độ chân thật vốn có của nó.

Đừng đăng từng phần hình ảnh

Đây là một trào lưu được nở rộ trước đó. Chia một bức ảnh thành từng bức ảnh nhỏ hơn và đăng chúng lên Instagram của bạn để khi hiển thị trên tường của bạn thành một bức ảnh có kích thước lớn. Điều này khá thú vị nhưng bạn sẽ gặp rắc rối bởi hai vấn đề.

Thứ nhất từng hình ảnh bạn up lên khi ở trên tường của những người theo dõi bạn nó là những phần nhỏ của bức ảnh chúng chẳng mang hình thù ý nghĩa đi kèm.

Thứ hai, khi đăng bài mới lên thì bố cục trên chính tường của bạn sẽ bị phá vỡ hoặc nếu không thì bạn phải đăng 3 hoặc nhiều bài đăng một lúc. Điều này lại mâu thuẫn với chiến lược bạn đang triển khai rồi.

Chỉ vì một tiện ích nhỏ khá hay ho mà phải đánh đổi bằng những bất tiện này, không đáng đúng không nào?

7. Ý tưởng bài đăng tránh sự nhàm chán

Có nhiều ý tưởng về nội dung giá trị bạn có thể cung cấp cho người đọc. Nhưng nhiều lúc bạn có thể rất bí khi trang của bạn toàn là sản phẩm và sản phẩm, dưới đây sẽ là vài gợi ý hay ho mà bạn có thể thử để làm mới trang của mình.

- Hình ảnh hoạt động về team của bạn, họ có thể đang làm việc chăm chỉ, hay là đang chơi hết mình.
- Góc văn phòng, bàn làm việc của bạn cũng là một gợi ý hay ho đấy chứ!
- Tiết lộ sản phẩm mới đang trong giai đoạn sản xuất. Với một công ty xuất bản và phát hành sách như MediaZ Book thì bật mí hình ảnh bìa sách dưới nhà in có đủ hấp dẫn với bạn không nào?
- Đăng những sản phẩm mà bạn có khả năng làm.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 2

- Hình ảnh quan trọng như thế nào trong truyền thông?
- Hình ảnh thu hút những ánh nhìn của khách hàng
- Hình ảnh bổ sung thêm để trọn vẹn ý nghĩa câu từ
- Hình ảnh truyền đạt được nhiều cảm xúc
- Chọn hình ảnh như thế nào để chia sẻ lên Instagram?
- Hình ảnh phù hợp với thương hiệu
- Hình ảnh tự chụp, tự thiết kế
- Hình ảnh liên quan tới nội dung bài viết
- Hình ảnh có bố cục, kích thước phù hợp
- Hình ảnh đẹp, chất lượng cao
- Chèn text vào hình ảnh
- Cách thức để xây dựng bài đăng

- Thống nhất phong cách chủ đạo trong các bài đăng
- Chọn hình ảnh ấn tượng
- Xây dựng nội dung truyền tải được thông điệp đi kèm hình ảnh hoặc video
- Yêu cầu và đề xuất thiết kế hình ảnh để chia sẻ lên Instagram

Có hai loại vị trí bạn có thể truyền tải thông điệp đến khách hàng là bảng tin và Story.

- Bài đăng bản tin bạn cần chú ý đến kích thước hình ảnh, kích thước video, độ dài chú thích, tỷ lệ khung hình và URL trang web trong chú thích để đảm bảo nội dung hình ảnh bạn truyền tải có chất lượng cao và tốt nhất.

- Trong phần Quảng cáo trong tin, bạn cần quan tâm đến định dạng, kích thước và codec được hỗ trợ cho hình ảnh và video.

● Một vài tip nhỏ cho hình ảnh của bạn khi chia sẻ lên Instagram

- Luôn ưu tiên hình ảnh thật, sản phẩm vật lý
- Hình ảnh chính diện sản phẩm luôn được nổi bật
- Hình ảnh sản phẩm đang được sử dụng
- Hình ảnh với nhiều góc nhìn
- Mỗi bức ảnh là một màu chủ đạo
- Sử dụng bộ lọc
- Đừng đăng từng phần hình ảnh
- Một vài gợi ý hay ho mà bạn có thể thử để làm mới trang Instagram của mình khi bạn quá bí ý tưởng về bài đăng của mình
- Hình ảnh hoạt động về team của bạn
- Góc văn phòng, bàn làm việc của bạn
- Tiết lộ sản phẩm mới đang trong giai đoạn sản xuất.
- Đăng những sản phẩm mà bạn có khả năng làm

Chương 3

Nội dung mô tả

Nội dung không phải là yếu tố chính được chú trọng nhiều trong Instagram, nhưng để tối ưu được hiệu quả sử dụng hình ảnh thì text cũng đóng góp một phần không nhỏ. Cùng khám phá nội dung như nào sẽ hiệu quả trên Instagram nhé!

1. Mẹo nội dung

Sử dụng câu quảng cáo ngắn

Ngắn nhưng thu hút là yếu tố tiên quyết của yêu cầu này. Mặc dù bạn có thể viết dài nhưng sử dụng những đoạn ngắn dừng lại ở 200 ký tự là phù hợp nhất. Thay vì viết dài hãy ngồi lại chắt lọc ra những từ, những cụm từ, những ý đắt giá nhất, thú vị nhất để truyền tải tới người đọc. Đừng đưa những quy tắc về nội dung trên Facebook áp vào Instagram. Đây là sai lầm bạn nhé!

Call to Action là điều không thể thiếu

Cũng trong bất kỳ tình huống gì, cứ cần đến hành vi của khách hàng hỗ trợ thì Call to action là điều quan trọng bậc nhất. Dưới đây là một số từ mà bạn có thể tham khảo:

- Thử ngay
- Tìm hiểu thêm
- Mua ngay
- Đăng ký
- Đọc ngay

- Khám phá

Trước Call to Action bạn có thể thêm một chút sự gấp gáp bằng việc khiến người xem quảng cáo hiểu rằng chương trình giảm giá hoặc khuyến mại gì đó của bạn chỉ diễn ra những khoảng thời gian nhất định. Để hối thúc họ đưa ra quyết định ngay!

Đưa ra lợi ích hấp dẫn

Khách hàng họ chỉ quan tâm sản phẩm, dịch vụ có lợi gì cho mình mà không quan tâm đến cấu phần, tính năng vượt trội của sản phẩm. Hình ảnh thu hút được ánh nhìn của khách hàng thì giờ đây nội dung mô tả của bạn chắc chắn phải được sử dụng để khiến khách hàng hiểu về giá trị và lợi ích bạn đem tới cho người dùng.

Giảm giá và ưu đãi có giới hạn thời gian

Đây là điều kích thích người xem hành động vì lợi ích và tính cấp thiết của nó. Mọi người đều thích giảm giá khi mua hàng dù ít dù nhiều, mọi người thường mong freeship dù mua bất cứ vật dụng gì. Cộng thêm việc giới hạn thời gian, nó đã kích thích người dùng hành động ngay lập tức thay vì chần chừ suy nghĩ.

Đặt giá bán ngay trong mô tả nếu bạn đang bán hàng

Nếu bạn đang bán sản phẩm dịch vụ, hãy đặt giá bán ngay trong chính phần mô tả của mình. Có thể lượt tương tác không như mong đợi của bạn nhưng tỷ lệ chuyển đổi cao hơn nhiều.

Miễn phí nên được nêu bật

Nếu bạn chạy chiến dịch và có yếu tố miễn phí trong đó hãy chắc chắn rằng có cụm từ miễn phí trong phần mô tả của bạn. Và một số cụm từ như quà tặng, ưu đãi... cũng kích thích người dùng không kém.

2. Mô tả kích thích hành động

Ngoài hình ảnh, thì mô tả cũng là phần nội dung mang đến cảm xúc và kích thích hành động cho khách hàng. Và bây giờ, nhiệm vụ chính của bạn là tạo ra mô tả, tạo ra content hấp dẫn người xem.

Phần mô tả sẽ nằm dưới hình ảnh hay video của bạn. Đây là nơi bạn có thể gửi thông điệp của mình, có thể mô tả rõ hơn về hình ảnh bài đăng hay thậm chí là bất cứ thứ gì bạn muốn khách hàng

biết, khách hàng hiểu rõ. Nếu bạn đang quảng bá sản phẩm thì đây là cơ hội để bạn hướng hành động của họ đến chuyển đổi cuối cùng từ việc cung cấp nội dung hướng tới họ đây là gì, họ sẽ có những lợi ích gì từ việc này và đừng quên Call to Action trong đó.

Một trong những key-word cho việc có tỷ lệ chuyển đổi cao từ ảnh hưởng của phần mô tả là sự ngắn gọn và súc tích. Nội dung không cần dài bởi bạn đang tương tác với độc giả bằng chính điện thoại của họ. Vậy nên, cách tốt nhất cho phần mô tả là tập trung vào lợi ích chứ không phải chức năng của sản phẩm, nêu rõ thông điệp mà họ cần nhận được một cách ngắn nhất, rõ ràng nhất.

Mô tả nên để 1-2 câu đưa ra lợi ích để thu hút sự chú ý của người xem. Tối đa cho phần mô tả này chỉ 4-5 câu. Đây là số lượng thích hợp để người đọc dễ nhớ về những thông tin mà bạn đã đưa ra. Đừng ngại sử dụng A/B testing để tìm ra kết quả tốt nhất.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 3

● Một số mẹo để sở hữu những mẫu nội dung thu hút follower trên Instagram:

- Sử dụng câu quảng cáo ngắn
- Call to action là điều không thể thiếu
- Đưa ra lợi ích hấp dẫn
- Giảm giá và ưu đãi có giới hạn thời gian
- Đặt giá bán ngay trong mô tả nếu bạn đang bán hàng
- Miễn phí nên được nêu bật

● Ngoài hình ảnh, thì mô tả cũng là phần nội dung mang đến cảm xúc và kích thích hành động cho khách hàng. Phần mô tả sẽ nằm dưới hình ảnh hay video của bạn. Trong phần này, bạn nên tập trung vào lợi ích thay vì chỉ đưa ra chức năng của sản phẩm và nêu rõ thông điệp mà họ cần nhận được một cách ngắn nhất, rõ ràng nhất. Tối đa cho phần mô tả này chỉ 4-5 câu và bạn nên đưa ra lợi ích từ 1-2 câu để thu hút sự chú ý của người xem. Đây là số lượng thích hợp để người đọc dễ nhớ về những thông tin mà bạn đã đưa ra. Đừng ngại sử dụng A/B testing để tìm ra kết quả tốt nhất.

Chương 4

Instagram Stories

Instagram Stories là định dạng nội dung toàn màn hình giúp mọi người có thể xem và chia sẻ những khoảnh khắc hàng ngày qua ảnh và video. Nội dung này sẽ biến mất (trừ khi được lưu) trong vòng 24 giờ.

Hàng triệu người sử dụng Instagram Stories mỗi ngày. Hơn một nửa số doanh nghiệp trên Instagram tạo các tin bài mỗi tháng. Bạn không cần một công ty sáng tạo chuyên nghiệp. Trên thực tế, Instagram Stories là một trong những công cụ miễn phí tốt nhất mà bạn có thể dùng để tạo video dọc. Hãy tận dụng định dạng phong phú, toàn màn hình này và các tính năng tự nhiên có sẵn.

Instagram Stories được ví như một kênh tivi cá nhân do chính bạn tạo ra để kể những câu chuyện ngắn theo một cách sáng tạo nhằm quảng bá thương hiệu của bạn. Ngoài ra, tính năng này cho phép các tài khoản Instagram Business đo lường các chỉ số tương tác của khách hàng với trang thương hiệu của mình.

1. Tính năng hay ho đến từ công cụ Instagram Stories

Bạn đã sẵn sàng thử điều gì đó mới mẻ chưa? Hãy thử dùng các tính năng sau của Instagram để thổi luồng gió mới vào sản phẩm của bạn:

Tua ngược video

Tách rời sản phẩm và sử dụng video để kết hợp lại hoặc phối trộn các sản phẩm để tạo nên một sự kết hợp tuyệt vời.

Superzoom

Tự động phóng to kèm âm nhạc tạo cảm giác hồi hộp. Làm cho

sản phẩm của bạn trở thành tâm điểm và phóng to vào các chi tiết cụ thể mà bạn muốn thu hút sự chú ý.

2. Gợi ý hiệu quả cho bài đăng Instagram Stories

Thử điều gì đó mới mẻ

Hiển thị các sản phẩm mới, cho mọi người xem những bức ảnh hậu trường hoặc thử các công cụ sáng tạo như bộ lọc khuôn mặt, công cụ vẽ và nhãn dán thăm dò ý kiến để nhận phản hồi trong thời gian thực về tin của bạn. Đây là những gợi ý, những góc nhìn mới mẻ mà bạn có thể thử để thu hút sự chú ý của mọi người mà không phá vỡ đi phong cách chủ đạo, tính nhất quán mà bạn đã xây dựng cho Instagram.

Thỏa sức sáng tạo

Chia sẻ kết hợp cả ảnh lẫn video để giúp tin bài trở nên sống động. Sử dụng các tính năng trong tin, chẳng hạn như Boomerang và Hyperlapse, để tạo nội dung hấp dẫn.

Thời gian nằm trong tay bạn

Do tin chỉ hiển thị trong 24 giờ nên hãy tận dụng điều đó bằng cách chạy những đợt giảm giá nhanh, chia sẻ bản xem trước hoặc cung cấp các ưu đãi có giới hạn về thời gian.

Yếu tố âm thanh

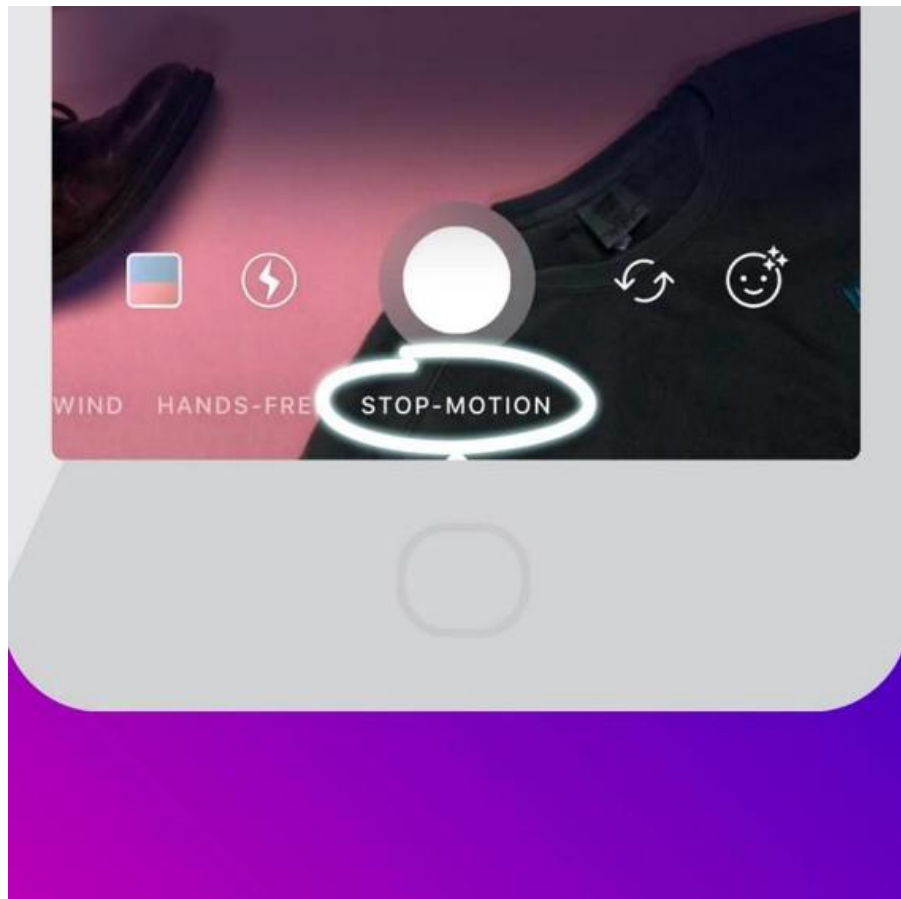
60% tin được mọi người xem có bật âm thanh, do đó đừng quên tạo dành chút thời gian cho âm thanh để nó cũng hấp dẫn như hình ảnh.

3. Thổi luồng gió mới vào sản phẩm của bạn với video hoạt hình tĩnh vật

Đây là tính năng mới của Instagram Story tạo quảng cáo video hoạt hình tĩnh vật.

- Bước 1: Chọn tính năng hoạt hình tĩnh vật (stop-motion).

Mở máy ảnh trong ứng dụng Instagram, cuộn sang phải để lựa chọn tính năng hoạt hình tĩnh vật.



- Bước 2: Sáng tạo với vị trí quảng cáo sản phẩm

Hãy cân nhắc xem bạn muốn sản phẩm hoặc chuyển động nổi bật như thế nào trong quảng cáo. Bạn có thể sử dụng giấy hoặc miếng bọt biển làm phong nền đơn giản. Đặt sản phẩm của bạn vào vị trí bắt đầu và giữ yên máy ảnh của bạn.

- Bước 3: Chụp sản phẩm đang dịch chuyển

Nhấn nút chụp ở giữa để chụp ảnh đầu tiên của bạn. Giữ nguyên khung, dịch chuyển sản phẩm một chút theo hướng bạn muốn. Chụp một ảnh khác cho mỗi chuyển động. Lặp lại để chụp toàn bộ chuyển động.

- Bước 4: Thử nghiệm với các phong chữ khác nhau

Sau khi hoàn tất, hãy cân nhắc việc thêm văn bản hoặc nhãn dán. Đây là nơi bạn có thể sáng tạo với các phong chữ và nhãn dán vui nhộn khác nhau để làm cho nội dung của bạn trở nên nổi bật!

- Bước 5: Lưu tin của bạn và tải lên

Nhấp vào Xong để xem hoạt ảnh của bạn và Lưu để thêm video vào thư viện. Bây giờ, bạn có thể tải video này lên Trình quản lý quảng cáo và chọn Instagram Stories trong Chỉnh sửa vị trí quảng cáo.

4. Hướng dẫn sử dụng Instagram Stories

4.1. Mục lưu trữ tin và tin nổi bật

Làm cách nào để lưu trữ tin trên Instagram?

Tin bạn tạo và chia sẻ trên Instagram tự động được lưu vào Mục lưu trữ tin, vì vậy, bạn không cần lưu các tin đó vào điện thoại. Bạn có thể tắt Mục lưu trữ tin bất cứ lúc nào trong Cài đặt.

Bạn có thể bật hoặc tắt Mục lưu trữ tin bằng cách:

- Truy cập trang cá nhân của bạn và nhấn vào  (iPhone) hoặc  (Android) ở trên cùng bên phải.

- Nhấn vào phần Quyền riêng tư và bảo mật, sau đó bấm vào Kiểm soát tin.

- Bên cạnh Lưu vào Mục lưu trữ, hãy nhấn vào .

Lưu ý: Chỉ bạn mới có thể xem các tin đã lưu trong mục lưu trữ sau khi các tin đó biến mất khỏi tin của bạn. Nếu bạn xóa một ảnh hoặc video khỏi tin trước khi tin đó biến mất thì tin sẽ không được lưu vào mục lưu trữ.

Làm cách nào để xóa tin khỏi kho lưu trữ tin?

Để xóa tin khỏi Mục lưu trữ tin, bạn làm như sau:

- Đi tới trang cá nhân và nhấn vào .

- Nhấn vào tin mà bạn muốn xóa.

- Nhấn vào  (iOS) hoặc  (Android).

- Nhấn vào Xóa rồi nhấn lại vào Xóa để xác nhận.

Khi bạn xóa một tin khỏi mục lưu trữ, tin đó cũng sẽ bị xóa khỏi các nơi khác bạn đã chia sẻ tin trên Instagram (ví dụ: tin nổi bật).

Làm cách nào để chia sẻ tin khỏi Mục lưu trữ tin?

Bạn có thể chia sẻ một tin từ Mục lưu trữ tin trong tin nhắn trực tiếp hoặc chia sẻ lên tin của bạn. Bạn chia sẻ tin từ Mục lưu trữ tin bằng cách:

- Đi tới trang cá nhân và nhấn vào .
- Nhấn vào tin mà bạn muốn chia sẻ.
- Nhấn vào Chia sẻ ở cuối màn hình.
- Nhấn vào Tin của bạn hoặc chọn những người bạn muốn chia sẻ tin, sau đó làm theo hướng dẫn trên màn hình để hoàn tất quá trình chia sẻ tin.

Thêm tin vào Tin nổi bật bằng cách nào?

Bạn có thể thêm tin để tin xuất hiện trên trang cá nhân dưới dạng tin nổi bật, ngay cả sau khi tin biến mất. Tin nổi bật xuất hiện ngay bên dưới ảnh đại diện của bạn. Bạn thêm tin vào Tin nổi bật bằng cách:

- Truy cập trang cá nhân của bạn và nhấn vào Tin nổi bật bên dưới tên người dùng và tiểu sử.
- Nhấn vào .
- Nhấn để chọn (các) tin bạn muốn thêm vào tin nổi bật, sau đó nhấn vào Tiếp.
- Chọn ảnh bìa và nhập tin cho tin nổi bật rồi nhấn vào Thêm (iPhone) hoặc Xong (Android). Bạn có thể thêm các ảnh hoặc video khác vào tin nổi bật bất cứ lúc nào bằng cách nhấn vào Chỉnh sửa tin nổi bật.

Lưu ý: Tin bạn thêm dưới dạng tin nổi bật sẽ vẫn hiển thị là tin nổi bật cho đến khi bạn xóa đi, ngay cả khi tin gốc đã biến mất. Những người bạn cho phép xem tin cũng có thể nhìn xem tin nổi bật của bạn.

Làm thế nào để chỉnh sửa hoặc xóa tin nổi bật?

Để chỉnh sửa hoặc xóa tin nổi bật, bạn làm theo những bước sau đây:

- Truy cập trang cá nhân của bạn.

- Bên dưới Tin nổi bật, hãy tìm tin bạn muốn xóa rồi nhấn và giữ tin đó.
- Nhấn vào Xóa tin nổi bật để xóa tin khỏi Tin nổi bật hoặc nhấn vào Chỉnh sửa tin nổi bật để thêm các ảnh hoặc video khác vào tin của bạn.
- Bạn chỉnh sửa hoặc xóa ảnh hay video khỏi tin nổi bật bằng cách:
- Mở tin nổi bật và tìm ảnh hoặc video bạn muốn xóa.
- Nhấn vào  ở dưới cùng bên phải của ảnh hoặc video.
- Nhấn vào Xóa khỏi tin nổi bật hoặc nhấn vào Chỉnh sửa tin nổi bật để thêm các ảnh hoặc video khác vào tin của bạn.

4.2. Chia sẻ trên Tin của bạn

Làm cách nào để chia sẻ ảnh hoặc video lên tin trên Instagram

Để chia sẻ ảnh hoặc video lên Tin của bạn bằng ứng dụng Instagram, bạn thực hiện theo các bước dưới đây:

- Bước 1: Nhấn vào  ở trên cùng bên trái màn hình hoặc vuốt sang phải từ bất cứ đâu trong bảng tin.
- Bước 2: Nhấn vào  ở cuối màn hình để chụp ảnh hoặc nhấn và giữ để quay video. Tại vị trí bất kỳ trên màn hình, hãy vuốt lên trên để chọn một ảnh từ thư viện trên điện thoại của bạn.
- Bước 3: Nhấn vào  hoặc  để vẽ, thêm văn bản hoặc nhãn dán vào ảnh hoặc video. Để xóa văn bản hoặc hình dán, hãy kéo và thả nội dung đó lên  ở cuối màn hình.



- Bước 4: Khi bạn đã sẵn sàng chia sẻ, hãy nhấn vào Tin của bạn ở dưới cùng bên trái.

Lưu ý: Tin sẽ biến mất khỏi trang cá nhân và bảng tin sau 24 giờ,

trừ khi bạn thêm tin vào trang cá nhân dưới dạng [tin nổi bật](#). Khi bạn đăng ảnh hoặc video lên tin của mình, ảnh hoặc video đó sẽ xuất hiện ở các vị trí sau:

- *Trên trang cá nhân của bạn:* Vòng tròn màu sắc sẽ xuất hiện xung quanh ảnh đại diện của bạn và mọi người có thể nhấn vào đó để xem tin. Ảnh và video từ tin của bạn sẽ không xuất hiện trên lưới trang cá nhân.

- *Ở đầu Trang chủ:* Ảnh đại diện của bạn sẽ xuất hiện trong hàng ở đầu Trang chủ của những người theo dõi và họ có thể nhấn vào đó để xem tin.

- *Trong Trang chủ bên cạnh các bài viết bạn chia sẻ:* Khi bạn chia sẻ bài viết, một vòng tròn màu sẽ xuất hiện xung quanh ảnh đại diện của bạn trong Trang chủ. Mọi người có thể nhấn vào đó để xem tin của bạn.

Các tin được chia sẻ bởi tài khoản công khai có thể xuất hiện trong [Tìm kiếm & khám phá](#). Nếu bạn đã thêm hashtag, vị trí hoặc nhãn dán dựa trên vị trí vào tin của mình, tin đó cũng có thể xuất hiện trên [trang vị trí hoặc trang hashtag](#).

Làm cách nào để biết những ai đã xem tin trên Instagram?

Để xem những ai đã xem tin, hãy mở tin của bạn và vuốt lên trên màn hình. Bạn sẽ nhìn thấy số lượng cũng như tên người dùng của những người đã xem từng ảnh hoặc video trong tin của bạn. Chỉ bạn mới có thể xem những ai đã xem tin của mình.

Xóa ảnh hoặc video khỏi Tin của bạn bằng cách nào?

Bạn muốn xóa ảnh hoặc video khỏi Tin của bạn trước khi hệ thống của Instagram tự động xóa sau 24h, bạn có thể làm theo cách sau:

- Mở tin

- Nhấn vào  ở dưới cùng bên phải của ảnh hoặc video mà bạn muốn xóa

- Nhấn vào Xóa rồi nhấn để xác nhận

Làm cách nào để chia sẻ ảnh hoặc video từ tin của bạn lên bảng tin?

Bạn có thể chia sẻ ảnh hoặc video từ tin của mình dưới dạng bài

viết trong bảng tin như sau:

- Mở tin.

- Nhấn vào  ở phía dưới cùng bên phải của ảnh hoặc video mà bạn muốn chia sẻ.

- Nhấn vào Chia sẻ dưới dạng bài viết....

- Cắt ảnh rồi chọn thêm hiệu ứng, bộ lọc, chú thích và vị trí của bạn, sau đó nhấn vào Chia sẻ.

Các ảnh và video bạn chia sẻ từ tin của mình lên bảng tin sẽ xuất hiện trên lưới trang cá nhân và hiển thị giống như các bài viết khác mà bạn chia sẻ.

Làm cách nào để nhắc đến ai đó trong Tin của bạn?

Bạn có thể nhắc đến bất kỳ ai trong phần hình ảnh hay video khi chia sẻ lên Tin của bạn bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên trái màn hình hoặc vuốt sang phải từ bất cứ vị trí nào trong Trang chủ.

- Chụp ảnh hoặc quay video, sau đó nhấn vào .

- Nhập @ ngay trước tên người dùng của họ, sau đó chọn người mà bạn muốn nhắc đến.

Khi bạn nhắc đến ai đó trong tin của mình, tên người dùng được gạch chân của họ sẽ hiển thị trong tin. Bất kỳ ai có thể xem tin của bạn đều có thể nhấn vào tên người dùng đó để đi tới trang cá nhân của họ.

Người mà bạn nhắc đến sẽ nhận được thông báo đẩy cho biết rằng bạn đã nhắc đến họ trong tin của bạn. Họ cũng sẽ nhận được tin nhắn trực tiếp từ bạn, bao gồm cả bản xem trước tin của bạn. Bản xem trước này sẽ biến mất khỏi chuỗi tin nhắn sau 24 giờ.

Bạn có thể nhắc đến tối đa 10 người trong mỗi ảnh hoặc video mà bạn chia sẻ lên tin của mình. Nếu bạn nhắc đến nhiều người, từng người một trong số họ sẽ nhận được tin nhắn từ bạn.

Làm cách nào để lưu ảnh hoặc video từ Tin của bạn vào cuộn camera của điện thoại?

Trước khi chia sẻ ảnh hoặc video trên tin của mình, bạn có thể

nhấn vào  Lưu ở cuối màn hình để lưu ảnh hoặc video đó vào điện thoại. Bạn cũng có thể lưu ảnh hoặc video mà mình đã chia sẻ:

- Mở tin

- Nhấn vào  ở dưới cùng bên phải của ảnh hoặc video bạn muốn lưu

- Nhấn vào Lưu (iPhone) hoặc Lưu ảnh/video (Android)

- (Chỉ trên iPhone) Nhấn vào Lưu ảnh/video để lưu từng ảnh hoặc video hoặc nhấn vào Lưu tin để lưu mọi thứ từ tin của bạn thành một video.

Mẹo để tải lên, quay và chỉnh sửa Tin của bạn?

Khi **chia sẻ ảnh hoặc video trong tin**, bạn có thể sử dụng công cụ sáng tạo để giúp chụp/quay và chỉnh sửa ảnh hoặc video đó.

- Trên iPhone, khi điện thoại phát hiện bóng tối, bạn sẽ tự động nhìn thấy . Hãy nhấn vào biểu tượng này để chụp ảnh và quay video đẹp hơn trong bóng tối.

- Để chụp ảnh hoặc quay video bằng bộ lọc khuôn mặt, nhấn vào  rồi chọn bộ lọc ở cuối màn hình. Khi sử dụng máy ảnh mặt trước hoặc mặt sau, bộ lọc bạn chọn sẽ tự động xuất hiện trên khuôn mặt của người gần nhất. Lưu ý rằng bộ lọc khuôn mặt không được hỗ trợ trên một số thiết bị cũ hơn.

- Để thu phóng khi quay video, hãy nhấn và giữ bằng một ngón tay để bắt đầu quay, sau đó trượt lên hoặc xuống bằng chính ngón tay đó.

- Trên iPhone, nhấn vào Music ở cuối màn hình rồi tìm kiếm bài hát. Bạn có thể chỉnh sửa phần của bài hát mà mình muốn phát trong tin. Tính năng này hiện chỉ khả dụng trên thiết bị iOS ở một số quốc gia.

- Hãy nhấn vào Lấy nét ở cuối màn hình để chụp ảnh hoặc quay video có mặt một người ở chế độ lấy nét. Khi bạn chụp ảnh hoặc quay video lấy nét có mặt ai đó, người này sẽ vẫn được lấy nét và phông nền bị mờ đi. Chế độ lấy nét chỉ hoạt động nếu có người trong ảnh hoặc video.

- Nhấn vào Boomerang ở cuối màn hình rồi nhấn vào vòng tròn ở

dưới cùng để chụp một loạt ảnh lặp đi lặp lại.

- Vuốt sang trái ở cuối màn hình rồi nhấn vào Rảnh tay để quay video mà không cần nhấn và giữ. Nhấn một lần để bắt đầu quay video hoặc nhấn và giữ để xem hẹn giờ đếm ngược trước khi quay.

- Để quay video phát ngược, hãy nhấn vào Tua lại ở cuối màn hình. Nhấn và giữ để quay video hoặc nhấn một lần để quay rảnh tay.

- Nhấn vào Superzoom để quay video tự động phóng to một đối tượng và phát ra âm thanh ấn tượng. Nhấn vào vị trí bất kỳ trên màn hình để chọn một vùng hoặc đối tượng sẽ phóng to rồi nhấn vào vòng tròn ở dưới cùng để bắt đầu quay.

- Trên iPhone, nhấn vào Chuyển động dừng để tạo video bằng một loạt các ảnh riêng lẻ. Nhấn vào vòng tròn để chụp ảnh đầu tiên rồi tiếp tục nhấn để chụp các ảnh khác. Khi bạn hoàn tất, hãy nhấn vào Xong để xem video chuyển động dừng.

- Bạn có thể chuyển đổi giữa máy ảnh mặt trước và mặt sau khi quay video. Nhấn và giữ để bắt đầu quay, sau đó nhấn vào .

- Nhấn vào Chữ để chia sẻ suy nghĩ của bạn bằng các kiểu văn bản và nền khác nhau mà không cần có ảnh hoặc video. Nhấn vào nút ở trên cùng để thay đổi kiểu văn bản hoặc nhấn vào vòng tròn ở dưới cùng bên trái để thay đổi màu nền. Bạn có thể thêm ảnh nền bằng cách nhấn vào  ở dưới cùng bên phải. Cuối cùng, bạn nhấn vào > để thêm các tùy chọn khác (như nhãn dán) và hoàn tất việc chia sẻ lên tin của bạn.

Để thêm bộ lọc vào ảnh hoặc video, hãy vuốt sang trái hoặc sang phải sau khi chụp ảnh/quay video.

Bạn cũng có thể nhấn vào các công cụ sáng tạo sau ở đầu màn hình:

- Nhấn vào  để thêm văn bản. Từ đó, bạn có thể:

- Thêm biểu tượng cảm xúc.

- Tăng hoặc giảm cỡ chữ bằng cách nhấn vào  và sử dụng thanh trượt.

- Căn giữa, căn trái hoặc phải bằng cách nhấn vào .

- Dùng hai ngón tay chụm lại và mở ra để xoay và thay đổi kích thước văn bản.
- Chọn màu văn bản bằng cách nhấn vào các màu ở cuối màn hình. Vuốt để xem thêm màu hoặc nhấn và giữ vòng tròn để chọn màu tùy chỉnh.
- Thay đổi kiểu văn bản bằng cách nhấn vào nút ở đầu màn hình.
- Thêm màu nền cho văn bản bằng cách nhấn vào  ở đầu màn hình và chọn một màu.
- Ghim văn bản vào một điểm cố định trong video của bạn. Sau khi quay video, hãy thêm văn bản rồi nhấn và giữ văn bản đó. Cuộn qua video bằng thanh trượt ở cuối màn hình để tìm nơi bạn muốn ghim văn bản. Di chuyển văn bản và nhấn vào Ghim.
- Nhấn lại vào  để thêm một phần văn bản khác.
- Nhập @ rồi nhập tên người dùng của ai đó để [nhắc đến họ](#).
- Nhập hashtag (ví dụ: #hoa). Mọi người có thể nhấn vào hashtag để xem [trang cho hashtag đó](#).

- Nhấn vào  để vẽ trên ảnh hoặc video. Từ đó, bạn có thể:

- Chọn trong số các loại chổi và công cụ vẽ khác nhau từ các tùy chọn ở đầu màn hình.
- Điều chỉnh độ dày nét vẽ bằng cách nhấn vào  ở dưới cùng bên trái và sử dụng thanh trượt.
- Chọn màu để vẽ bằng cách nhấn vào các màu ở cuối màn hình. Vuốt sang trái để xem thêm màu hoặc nhấn và giữ vòng tròn để có các tùy chọn màu khác. Bạn cũng có thể nhấn  rồi kéo và thả để chọn một màu từ ảnh hoặc video của bạn.

Làm cách nào để chia sẻ tin trong tin nhắn trực tiếp?

Để chia sẻ tin trong tin nhắn trực tiếp, bạn thực hiện như sau:

- Nhấn vào tin để xem tin
- Nhấn vào  ở dưới cùng bên phải của ảnh hoặc video bạn muốn chia sẻ
- Chọn người bạn muốn chia sẻ tin và nhấn vào Gửi

Tin bạn chia sẻ trong tin nhắn trực tiếp có cài đặt hiển thị tương tự như các bài viết khác mà bạn chia sẻ. Ví dụ: nếu bạn có tài khoản riêng tư, chỉ những người theo dõi bạn mới có thể xem tin của bạn trong Trực tiếp. Bạn có thể chọn những người có thể xem và chia sẻ tin của mình bằng cách điều chỉnh [cài đặt tin](#). Khi ai đó chia sẻ tin với bạn, bạn sẽ nhìn thấy tin của họ trong Hộp thư trực tiếp. Khi tin gốc biến mất khỏi ứng dụng, tin đó sẽ không còn trong chuỗi tin nhắn của bạn nữa.

Làm cách nào để chia sẻ Tin của bạn với Facebook?

Để chia sẻ tin của bạn với Facebook, trước tiên bạn cần [liên kết tài khoản Instagram với Facebook](#). Bạn có thể chia sẻ Tin của bạn với Facebook bằng cách:

- Bắt đầu tạo một tin, sau đó nhấn vào Tiếp.
- Nhấn vào Tin trên Facebook của bạn
- Nhấn vào Chia sẻ

Bạn cũng có thể điều chỉnh cài đặt của mình để cho phép tự động chia sẻ tất cả các tin trong tương lai với Facebook:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .
- Nhấn vào  Cài đặt.
- Cuộn xuống và nhấn vào Kiểm soát tin.
- Bên cạnh Chia sẻ tin của bạn trên Facebook, hãy nhấn vào  để cho phép chia sẻ.

Lưu ý: Khi bạn chia sẻ tin trên Instagram của mình với Facebook, tin trên Instagram đó sẽ xuất hiện dưới dạng tin ở đầu Bảng tin. Mọi nội dung bạn chia sẻ với Facebook, bao gồm tin trên Instagram, sẽ hoạt động với cài đặt quyền riêng tư hiện tại của bạn trên Facebook.

Làm cách nào để chia sẻ bài viết từ Bảng tin của ai đó với tin của bạn?

Bạn chỉ có thể chia sẻ bài viết từ tin bài của ai đó với tin của mình nếu tài khoản của họ là công khai và họ đã cho phép chia sẻ lại các bài viết của họ. Bạn chia sẻ bài viết từ Bảng tin của ai đó với tin của bạn bằng cách:

- Nhấn vào  bên dưới ảnh hoặc video trong Bảng tin

- Nhấn vào Thêm bài viết vào tin của bạn

Lưu ý: Khi bạn chia sẻ bài viết của ai đó lên tin của mình, bất kỳ ai xem bài viết đó đều có thể biết người đăng đầu tiên và có thể xem tài khoản gốc.

Nếu có tài khoản công khai, bạn có thể tắt tính năng cho phép người khác chia sẻ lại bài đăng của mình:

- Đi tới trang cá nhân của bạn và nhấn vào .

- Nhấn vào  Cài đặt.

- Cuộn xuống Chia sẻ lại lên Stories và nhấn vào .

4.3. Xem các tin

Làm cách nào để xem tin của ai đó?

Bạn có thể xem tin của những người mình theo dõi bằng ứng dụng Instagram hoặc trên web theo địa chỉ *instagram.com*. Nếu một người đã chia sẻ tin mà bạn chưa xem, bạn sẽ nhìn thấy vòng tròn màu sắc xung quanh ảnh đại diện của họ.

- Xem tin của một tài khoản Instagram bằng ứng dụng Instagram trên điện thoại:

Các tin xuất hiện trong hàng ở đầu Trang chủ. Để xem tin của ai đó, hãy nhấn vào ảnh đại diện của họ ở đầu Trang chủ, trên trang cá nhân của họ hoặc bên cạnh một bài viết họ đã chia sẻ trong Trang chủ.

Khi bạn xem tin từ đầu Trang chủ của mình, chúng sẽ tự động cuộn từ tin của người này sang tin của người tiếp theo. Bạn có thể nhấn vào màn hình để chuyển tới ảnh hoặc video tiếp theo hoặc vuốt sang phải hay trái để chuyển qua lại giữa các tin của mọi người. Vuốt xuống trên màn hình hoặc nhấn vào x ở trên cùng bên phải để thoát tin của một ai đó và quay lại Trang chủ.

- Xem tin của một tài khoản Instagram trên web theo địa chỉ *Instagram.com*:

Tin xuất hiện ở đầu nguồn cấp trên web di động và ở bên phải Trang chủ của web trên máy tính. Nhấn hoặc nhấp vào tin bất kỳ

để xem hoặc sử dụng các mũi tên để đi tới màn hình hoặc tin tiếp theo. Chọn x ở trên cùng bên phải để thoát tin của một người nào đó và quay lại Trang chủ. Khi bạn xem tin của một người nào đó, họ **có thể biết là bạn đã xem tin đó**.

Làm cách nào để trả lời tin của ai đó bằng tin nhắn?

Khi bạn thấy tin của ai đó, bạn có thể trả lời tin bằng cách gửi cho họ tin nhắn:

- Mở tin bạn muốn trả lời.
- Nhấn vào Gửi tin nhắn ở cuối màn hình hoặc nhấn vào  để gửi ảnh hoặc video tạm thời.
- Nhập nội dung tin nhắn hoặc chụp ảnh hay quay video, sau đó nhấn vào Gửi.

Làm cách nào để ẩn hoặc hiển thị tin của ai đó?

Nếu bạn không muốn tin của ai đó xuất hiện trên thanh ở đầu Trang chủ, bạn có thể ẩn tin của họ bằng cách:

- Ở đầu bảng tin, hãy nhấn và giữ ảnh đại diện của người mà bạn muốn ẩn tin.
- Chọn Ẩn [tên người dùng] -> Ẩn tin.

Để hiển thị tin bạn đã ẩn, hãy lặp lại các bước trên và chọn Hiển thị [người dùng] (iPhone) hoặc Hiển thị tin (Android). Các tin bạn đã ẩn sẽ xuất hiện ở cuối thanh trên đầu bảng tin và sẽ không có vòng tròn màu sắc xung quanh khi chúng được cập nhật. Tin bị ẩn sẽ không tự động phát khi bạn xem tin. Ẩn tin của ai đó khác với hành động **bỏ theo dõi họ** và bạn vẫn sẽ nhìn thấy bài viết của họ trong bảng tin.

Làm cách nào để báo cáo tin của ai đó?

Nếu bạn xem tin của ai đó và cho rằng tin này không tuân thủ **Nguyên tắc cộng đồng** của Instagram, bạn có thể báo cáo tin bằng cách:

- Mở tin.
- Nhấn vào ... ở cuối ảnh hoặc video bạn muốn báo cáo.
- Nhấn vào Báo cáo rồi làm theo hướng dẫn trên màn hình.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 4

- Instagram Stories là định dạng nội dung toàn màn hình giúp mọi người có thể xem và chia sẻ những khoảnh khắc hàng ngày qua ảnh và video. Nội dung này sẽ biến mất (trừ khi được lưu) trong vòng 24 giờ.
- Những tính năng hay ho đến từ công cụ Instagram Stories
 - Tựa ngược video
 - Superzoom
- Những gợi ý hiệu quả cho bài đăng trên Instagram Stories
 - Thử điều gì đó mới mẻ
 - Thỏa sức sáng tạo
 - Thời gian nằm trong tay bạn
 - Yếu tố âm thanh
- Cách tạo quảng cáo video hoạt hình tĩnh vật – một tính năng hoàn toàn mới của Instagram Story.
- Bạn sẽ biết cách sử dụng Instagram Stories dựa vào những thông tin hướng dẫn sử dụng rất chi tiết, cụ thể.

Chương 5

Instagram Video

Video chính là vũ khí bí mật kích thích sự tương tác của người dùng, tạo ra doanh số và lan truyền được thông điệp mạnh mẽ hơn cả text cũng như hình ảnh. Và Instagram có chức năng này - đăng video lên tài khoản của người dùng, ngoài ảnh.

Xuất hiện từ những năm 2013 và nó nhanh chóng trở nên phổ biến và không hề có dấu hiệu của sự chững lại tính đến thời điểm hiện nay. Thời điểm trước đây, giới hạn của video là 15 giây nay đã lên thành 60 giây nhưng dù vậy, những video dưới 15 giây vẫn cho kết quả tốt hơn nhiều. Thành công của video được đo bằng số lượt xem của video đấy. Người xem cần phải xem ít nhất 3 giây thì video đấy được tính 1 lượt xem.

Với video thì những Call to Action của bạn sẽ hơi khó khăn để truyền tải một chút bởi họ phải click vào xem mới có thể nhận ra, và rất dễ dàng họ bỏ lỡ nó.

1. Hướng dẫn sử dụng Instagram Video

Làm cách nào để bắt đầu phát video trực tiếp trên Instagram?

Bạn có thể chia sẻ video trực tiếp để kết nối với những người theo dõi trong thời gian thực. Sau khi video trực tiếp đã kết thúc, video đó sẽ không hiển thị trong ứng dụng nữa, trừ khi bạn **chia sẻ bản phát lại video** trên tin.

Bắt đầu phát video trực tiếp bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên trái màn hình hoặc vuốt sang phải từ bất cứ đâu trong nguồn cấp.

- Nhấn vào Trực tiếp ở cuối màn hình, sau đó nhấn vào Bắt đầu

phát video trực tiếp.

- Số người xem sẽ hiển thị ở trên cùng màn hình và bình luận sẽ hiển thị ở phía cuối. Nhấn vào Bình luận để thêm bình luận, nhấn và giữ một bình luận để ghim vào trên cùng sao cho người xem có thể xem bình luận đó dễ dàng hơn.

- Để tắt bình luận, nhấn vào  rồi chọn Tắt tính năng bình luận.

- Khi bạn hoàn tất, hãy nhấn vào Kết thúc ở trên cùng bên phải rồi nhấn để xác nhận. Từ đó, bạn có thể nhấn vào Lưu ở phía trên cùng bên phải để lưu video đó vào cuộn camera của bạn hoặc [chia sẻ video trên tin](#).

Làm cách nào để lưu video trực tiếp vào cuộn camera trên điện thoại?

Sau khi bạn đã kết thúc [video trực tiếp trên Instagram](#), bạn có thể nhấn Lưu ở trên cùng bên phải để lưu video vào cuộn camera trên điện thoại. Lưu ý rằng chỉ có video được lưu, không phải các nội dung như bình luận, lượt thích và người xem.

Bạn chỉ có thể lưu video trực tiếp ngay sau khi bạn kết thúc video đó. Chỉ bạn mới nhìn thấy tùy chọn lưu video trực tiếp của mình. **Lưu ý:** Có thể mất vài phút để lưu video trực tiếp vào điện thoại, đặc biệt với những video dài hơn.

Làm cách nào để chia sẻ video trực tiếp trên Instagram Stories sau khi video đó kết thúc?

Sau khi video trực tiếp của bạn kết thúc, bạn có thể chia sẻ bản phát lại video đó. Cũng giống như ảnh và video khác mà bạn chia sẻ trên tin, các bản phát lại video trực tiếp sẽ biến mất khỏi Bảng tin và trang cá nhân của bạn sau 24 giờ, trừ khi bạn thêm các tin đó dưới dạng [tin nổi bật](#).

Để chia sẻ bản phát lại video trực tiếp, bạn làm như sau:

- Đầu tiên, hãy nhấn vào Chia sẻ ở cuối màn hình sau khi bạn đã kết thúc [video trực tiếp](#).

- Để hủy bỏ video trực tiếp, hãy nhấn vào  rồi chọn Hủy bỏ. Bạn cũng có thể nhấn vào Lưu ở trên cùng bên phải để lưu video đó vào cuộn camera.

Bản phát lại video trực tiếp bao gồm tất cả lượt thích và bình luận

từ video trực tiếp ban đầu. Số người xem video trực tiếp bao gồm tất cả những người xem video trực tiếp và bản phát lại.

Làm cách nào để xem video trực tiếp của ai đó?

Khi ai đó bạn theo dõi chia sẻ video trực tiếp, ảnh đại diện của họ sẽ hiển thị ở đầu Trang chủ với vòng tròn màu sắc xung quanh và từ Trực tiếp. Nhấn vào ảnh đại diện của họ để xem video trực tiếp.

Trong khi xem video trực tiếp của ai đó, bạn có thể nhấn vào Bình luận ở cuối màn hình để viết bình luận và nhấn vào  để thích video của họ. Bất kỳ ai đang xem video đều có thể thấy khi bạn thích hoặc bình luận. Bạn cũng có thể nhấn vào màn hình để ẩn các lượt thích và bình luận. **Lưu ý:** Khi bạn bắt đầu xem video trực tiếp, người chia sẻ và bất kỳ ai khác đang xem đều có thể biết rằng bạn đã tham gia.

Nếu ai đó đã [chia sẻ bản phát lại video trực tiếp](#) trên tin của họ, bạn sẽ nhìn thấy video đó ở đầu Trang chủ cùng với nút phát và vòng tròn màu sắc xung quanh. Khi xem bản phát lại video trực tiếp của ai đó, bạn có thể nhấn vào bên trái hoặc bên phải màn hình để tua đi hoặc tua lại. Nếu ai đó đã chia sẻ nhiều bản phát lại video trực tiếp, bạn có thể nhấn vào mũi tên ở đầu màn hình để chuyển qua lại giữa các bản phát lại đó. Mặc dù bạn không thể bình luận về bản phát lại video trực tiếp nhưng bạn có thể phản hồi về bản phát lại của ai đó bằng cách gửi tin nhắn trong Trực tiếp.

Làm cách nào để bắt đầu phát video trực tiếp với bạn bè trên Instagram?

Có 2 cách để bắt đầu phát trực tiếp với bạn bè trên Instagram. Bạn có thể mời bạn bè tham gia video trực tiếp của mình hoặc bạn có thể yêu cầu tham gia video trực tiếp của bạn bè. Dưới đây là cách để phát trực tiếp rồi mời bạn bè tham gia phiên phát trực tiếp của bạn:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên trái màn hình hoặc vuốt sang phải từ bất cứ đâu trong nguồn cấp.

- Nhấn vào Trực tiếp ở cuối màn hình, sau đó nhấn vào Bắt đầu phát video trực tiếp.

- Nhấn vào .

- Nhấn vào tên của một người để mời họ tham gia video trực tiếp

của bạn. Lưu ý rằng bạn chỉ có thể mời ai đó hiện đang xem video trực tiếp của bạn.

- Nếu người bạn đó chấp nhận lời mời tham gia, bạn sẽ nhìn thấy họ xuất hiện trong chế độ xem màn hình phân chia. Bạn cũng sẽ biết nếu họ từ chối.

- Bạn có thể xóa người mà mình đã mời tham gia video trực tiếp bất kỳ lúc nào bằng cách nhấn vào x ở góc trên cùng bên phải màn hình phân chia của họ.

Và đây là cách để yêu cầu tham gia video trực tiếp của bạn bè mà bạn đang xem:

- Nhấn vào Yêu cầu khi bạn nhìn thấy tùy chọn yêu cầu tham gia video trực tiếp.

- Nhấn vào Gửi yêu cầu

- Bạn sẽ nhận được thông báo rằng bạn sắp tham gia video trực tiếp khi yêu cầu được chấp nhận.

2. Mẹo nhỏ dành cho bạn

Dưới đây là một vài mẹo nhỏ dành cho bạn để tận dụng lợi ích này của video.

- Chọn thumbnail ấn tượng để thu hút được sự tương tác với người dùng. Khi bạn đăng video thì thumbnail sẽ được hiển thị trước khi bạn click vào xem video. Điều đó có nghĩa là bạn phải thu hút người xem bằng chính hình đại diện này. Phải hấp dẫn, người dùng mới click vào xem!

- Chọn video có khả năng lan truyền và có tỷ lệ tương tác cao. Điều này chỉ xảy ra khi video này có mối liên hệ với người xem, họ tìm thấy chính họ và những người liên quan trong đó.

- Khi sử dụng video để truyền thông trên Instagram cho sản phẩm dịch vụ, bạn cần đảm bảo rằng đoạn video có đủ sub đi kèm để người xem không bật loa vẫn có thể hiểu được nội dung truyền tải của video.

- Ngoài ra, Instagram cũng có tính năng Livestream rất giống với Facebook. Khi Livestream thì Instagram chủ động thông báo cho tất cả người theo dõi bạn, do vậy tỷ lệ tương tác chắc chắn cao hơn nhiều so với Facebook. Tuy nhiên, tính năng livestream lại chưa

được chú ý nhiều trên platform này.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 5

- Video chính là vũ khí bí mật kích thích sự tương tác của người dùng, tạo ra doanh số và lan truyền được thông điệp mạnh mẽ hơn cả text cũng như hình ảnh. Và Instagram có chức năng này – đăng video lên tài khoản của người dùng, ngoài ảnh.
- Hướng dẫn sử dụng Instagram Video sẽ giúp bạn sử dụng một cách nhuần nhuyễn hơn.
- Một vài mẹo nhỏ dành cho bạn để tận dụng triệt để những lợi ích mà Instagram Video mang lại
 - Chọn thumbnail ấn tượng để thu hút được sự tương tác với người dùng
 - Chọn video có khả năng lan truyền và có tỷ lệ tương tác cao
 - Đoạn video phải có đủ sub đi kèm
 - Sử dụng tính năng Live stream.

Chương 6

Instagram Direct

Tính năng Instagram Direct cho phép bạn chia sẻ ảnh, video và gửi tin nhắn riêng tư cho một đối tượng cụ thể nào đó, có thể là bạn bè hoặc một nhóm và chỉ có họ mới xem được hình ảnh hay video đó mà thôi.

1. Gửi và nhận tin nhắn

Làm cách nào để sử dụng Instagram Direct?

Instagram Direct cho phép bạn gửi tin nhắn cho một hoặc nhiều người. Bạn có thể gửi các nội dung sau dưới dạng tin nhắn trên Instagram Direct:

- Ảnh hoặc video bạn chụp/quay hay tải lên từ thư viện
- Bài viết bạn nhìn thấy trong Trang chủ
- Ảnh và video tạm thời
- Trang cá nhân
- Văn bản
- Hashtag
- Vị trí

Để xem các tin nhắn bạn đã gửi bằng Instagram Direct, hãy nhấn vào  ở trên cùng bên phải của Trang chủ. Từ đó, bạn có thể [quản lý các tin nhắn](#) mà mình đã gửi và nhận.

Khi bạn gửi bài viết từ Trang chủ bằng Instagram Direct, bài viết

đó sẽ chỉ hiển thị với những người vốn đã có thể xem bài viết từ trước. Ví dụ: Nếu bạn gửi bài viết từ tài khoản cá nhân dưới dạng tin nhắn, chỉ những người theo dõi tài khoản đó mới có thể xem bài viết.

Ảnh hoặc video được gửi bằng Instagram Direct sẽ không thể chia sẻ qua Instagram đến các trang web khác như Facebook hoặc Twitter cũng như không hiển thị trên [trang hashtag](#) và [trang vị trí](#).

Làm cách nào để sử dụng tính năng chat video trên Instagram?

Bạn muốn chat video với một hay nhiều người bằng công cụ Nhắn tin trực tiếp, bạn có thể làm như sau:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.
- Nhấn vào tên người dùng hoặc tên nhóm để mở cuộc trò chuyện. Bạn cũng có thể bắt đầu cuộc trò chuyện mới bằng cách nhấn vào ở trên cùng bên phải và chọn người bạn muốn chat video.
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải. Người hoặc nhóm bạn gọi sẽ nhận được thông báo cho biết bạn đang gọi video cho họ.

Lưu ý rằng khi bạn đã chấp nhận tin nhắn trực tiếp của bất kỳ người nào thì họ đều có thể chat video với bạn. Để ngăn ai đó chat video với bạn, bạn có thể [chặn họ](#) hoặc [ẩn thông báo về cuộc trò chuyện](#).

Làm cách nào để quản lý tin nhắn đã nhận bằng Instagram Direct?

Khi có một đối tượng nào đó mà bạn đang theo dõi gửi tin nhắn cho bạn bằng Instagram Direct, bạn có thể xem tin nhắn đó bằng cách nhấn vào  trên cùng bên phải của Trang chủ.

Nếu người nào đó bạn không theo dõi gửi tin nhắn cho bạn, tin nhắn đó sẽ xuất hiện dưới dạng tin nhắn đang chờ trong hộp thư của bạn. Để từ chối hoặc cho phép tin nhắn, vuốt sang trái trên tin nhắn đó rồi chọn Từ chối hoặc Cho phép ở cuối màn hình. Bạn cũng có thể nhấn Từ chối tất cả ở cuối màn hình để bỏ qua tất cả yêu cầu cùng lúc. Khi bạn cho phép tin nhắn đang chờ từ người nào đó, tin nhắn trong tương lai của họ sẽ đi thẳng đến hộp thư của bạn.

Làm cách nào để gửi tin nhắn cho một đối tượng nào đó trên Instagram?

Với Instagram Direct, bạn có thể gửi tin nhắn, ảnh và video cho một hoặc nhiều người. Tin nhắn sẽ không xuất hiện trong Trang chủ, tìm kiếm hoặc trang cá nhân của bạn.

Bạn gửi tin nhắn trên Instagram bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải hoặc vuốt sang trái từ mọi nơi trong Bảng tin.
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải.
- Chọn những người mà bạn muốn gửi tin nhắn, sau đó nhấn vào Tiếp (iPhone).
- Nhập tin nhắn. Bạn cũng có thể nhấn vào  để chụp ảnh hoặc quay video tạm thời và gửi ảnh hay video đó hoặc  để chọn ảnh hoặc video từ thư viện của mình.
- Nhấn vào  hoặc Gửi.

Bạn có thể gửi tin nhắn đến bất kỳ ai khi bạn sử dụng Instagram Direct. Nếu bạn nhắn tin cho ai đó bạn đang theo dõi, bạn có thể truy cập trang cá nhân của họ và nhấn vào Tin nhắn. Nếu bạn gửi tin nhắn đến người nào đó không theo dõi bạn, tin nhắn sẽ xuất hiện dưới dạng yêu cầu trong hộp thư của họ. Nếu họ cho phép tin nhắn đang chờ của bạn, tin nhắn trong tương lai của bạn sẽ đi thẳng đến hộp thư của họ.

Lưu ý: bạn chỉ có thể gửi **ảnh và video tạm thời** tới những người theo dõi bạn hoặc đã **phê duyệt tin nhắn** từ bạn. Các liên kết bạn gửi bằng Instagram Direct sẽ xuất hiện trong cuộc trò chuyện với một hình ảnh xem trước. Khi gửi địa chỉ hoặc số điện thoại, bạn có thể nhấn vào địa chỉ hoặc số điện thoại đó trong cuộc trò chuyện để mở ứng dụng bản đồ trên điện thoại hoặc thực hiện cuộc gọi.

Làm cách nào để gửi ảnh hoặc video tạm thời?

Bạn có thể gửi ảnh hoặc video tạm thời qua tin nhắn cho nhóm hoặc cho cá nhân. Khi người nhận đã mở ảnh hoặc video tạm thời đó thì tin nhắn sẽ không nằm trong hộp thư của họ nữa, trừ khi bạn cho phép phát lại tin nhắn. Cách gửi ảnh hoặc video tạm thời như sau:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên trái màn hình hoặc vuốt sang phải từ một điểm bất kỳ trên Nguồn cấp. Bạn cũng có thể đi tới hộp thư để **trả lời tin nhắn** mà mình đã nhận được.

- Nhấn vào vòng tròn ở cuối màn hình để chụp ảnh hoặc quay video, sau đó chọn [thêm hiệu ứng](#).

- Nếu đang gửi ảnh hoặc video từ hộp thư trực tiếp, bạn có thể chọn cho phép Một lượt xem (Android) hoặc Xem một lần (iPhone). Cho phép phát lại hoặc Giữ trong đoạn chat. Cho phép phát lại sẽ lập lại ảnh hoặc video của bạn và người nhận có thể mở và phát lại ảnh hoặc video đó một lần nữa trước khi biến mất. Giữ trong đoạn chat sẽ giữ hình ảnh xem trước của ảnh hoặc video hiển thị trong đoạn chat.

- Nhấn vào Gửi đến ở dưới cùng bên phải, sau đó chọn người hoặc nhóm mà bạn muốn gửi tới:

- Để gửi tin nhắn cho người nào đó, hãy nhấn vào Gửi bên cạnh tên người dùng của họ.

- Để gửi tin nhắn nhóm, hãy nhấn vào Nhóm mới, sau đó chọn những người bạn muốn gửi tới và nhấn vào Tiếp. Khi bạn đã sẵn sàng gửi tin nhắn, hãy nhấn vào Gửi. Lưu ý rằng khi bạn gửi tin nhắn nhóm, tin nhắn đó sẽ bắt đầu một cuộc trò chuyện nhóm mà bất kỳ ai trong nhóm cũng có thể xem và trả lời.

- Nhấn vào Gửi ở cuối màn hình.

Lưu ý: Bạn chỉ có thể gửi ảnh hoặc video tạm thời cho những ai theo dõi bạn hoặc đã [phê duyệt tin nhắn](#) từ bạn. Khi bạn gửi nội dung khác bằng Instagram Direct (ví dụ: bài viết từ Trang chủ, tin nhắn văn bản, hashtag), những tin nhắn đó sẽ không biến mất mà vẫn hiển thị trong cuộc trò chuyện.

Để xem ảnh và video tạm thời mà bạn đã gửi, hãy nhấn vào  ở trên cùng bên phải của Trang chủ và nhấn vào cuộc trò chuyện. Bạn không thể xem ảnh hoặc video tạm thời sau khi gửi, nhưng có thể biết rằng liệu ảnh hoặc video đó đã được gửi, mở, phát lại hay có ai đó đã chụp ảnh màn hình hay chưa.

Sau khi gửi ảnh hoặc video tạm thời cho ai đó, bạn sẽ nhìn thấy trạng thái của tin nhắn (ví dụ: Đã gửi, Đã mở, Đã phát lại, Ảnh chụp màn hình) như một phần của cuộc trò chuyện trong Direct. Đối với cuộc trò chuyện nhóm, nhấn vào nơi thông báo trạng thái của tin nhắn để xem trạng thái tin nhắn với từng người trong nhóm.

Làm cách nào để phát lại ảnh hoặc video tạm thời mà bạn đã nhận được?

Để phát lại ảnh hoặc video tạm thời mà bạn đã nhận được, hãy mở cuộc trò chuyện và nhấn vào Xem ảnh/Phát video. Đóng cuộc trò chuyện và nhấn vào Phát lại. Lưu ý rằng bạn chỉ có thể phát lại ảnh hoặc video tạm thời ngay sau khi nhận và người gửi ảnh hoặc video tạm thời sẽ có thể biết rằng bạn đã phát lại hoặc đã chụp ảnh màn hình video hoặc ảnh này.

Làm cách nào để gửi bài viết trong bảng tin dưới dạng tin nhắn trực tiếp?

Bạn có thể gửi bài viết mình nhìn thấy trong bảng tin dưới dạng tin nhắn trực tiếp. Tin nhắn sẽ không xuất hiện trong bảng tin, nội dung tìm kiếm hoặc trang cá nhân của bạn.

Cách gửi bài viết bạn nhìn thấy trong bảng tin dưới dạng tin nhắn trực tiếp như sau:

- Nhấn vào  bên dưới bài viết bạn muốn gửi
- Tìm kiếm và chọn người hoặc nhóm mà bạn muốn gửi bài viết cho họ (tối đa 15 người)
- Thêm tin nhắn tùy chọn và nhấn vào Gửi

Lưu ý: Khi bạn gửi bài viết của tài khoản riêng tư dưới dạng tin nhắn, chỉ những người theo dõi tài khoản đó có thể xem bài viết này. Người đã tải bài viết lên sẽ không được thông báo.

Làm cách nào để gửi trang cá nhân dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct?

Khi bạn gửi trang cá nhân dưới dạng tin nhắn, trang cá nhân sẽ hiển thị tên của người đó, tên người dùng và bản xem trước một số ảnh của họ. Để gửi trang cá nhân dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct, bạn làm theo các bước dưới đây:

- Đi tới trang cá nhân mà bạn muốn gửi dưới dạng tin nhắn
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải, sau đó chọn Chia sẻ trang cá nhân này (iOS)/Gửi trang cá nhân dưới dạng tin nhắn (Android)
- Tìm kiếm và chọn người hoặc nhóm mà bạn muốn gửi trang cá nhân cho họ (tối đa 15 người)
- Nhấn vào Gửi

Trang cá nhân được gửi bằng Instagram Direct chỉ hiển thị với

những người có thể xem các trang cá nhân này từ trước đó. Nếu bạn gửi trang cá nhân riêng tư dưới dạng tin nhắn, chỉ những người theo dõi tài khoản đó có thể xem trước trang cá nhân của họ.

Làm cách nào để gửi hashtag dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct?

Để gửi **hashtag** dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct, bạn làm như sau:

- Nhấn vào hashtag mà bạn muốn gửi
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải
- Tìm kiếm và chọn người hoặc nhóm mà bạn muốn gửi hashtag cho họ (tối đa 15 người)
- Nhấn vào Gửi

Khi bạn gửi hashtag dưới dạng tin nhắn, hashtag sẽ xuất hiện với phần xem trước của **Bài viết hàng đầu** từ trang hashtag đó. Lưu ý rằng tin nhắn được gửi bằng Instagram Direct sẽ không xuất hiện trên trang hashtag.

Làm cách nào để gửi trang vị trí dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct?

Bạn gửi trang vị trí dưới dạng tin nhắn bằng Instagram Direct bằng cách:

- Ở trên bài viết, nhấn vào vị trí để truy cập trang vị trí.
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải.
- Tìm kiếm và chọn người hoặc nhóm mà bạn muốn gửi vị trí cho họ (tối đa 15 người).
- Nhấn vào Gửi.

Khi bạn gửi vị trí dưới dạng tin nhắn, vị trí đó sẽ xuất hiện với phần xem trước bài viết bao gồm **vị trí** đó. Lưu ý rằng tin nhắn được gửi bằng Instagram Direct sẽ không xuất hiện trên trang vị trí.

Làm cách nào để hủy gửi tin nhắn đã gửi bằng Instagram Direct?

Để hủy gửi tin nhắn bạn đã gửi [bằng Instagram Direct](#), bạn thực hiện bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.
- Chọn cuộc trò chuyện và đi tới tin nhắn mà bạn muốn hủy gửi.
- Nhấn và giữ tin nhắn rồi chọn Hủy gửi.

Sau khi bạn hủy gửi, tin nhắn sẽ không hiển thị với những người đã có mặt trong cuộc trò chuyện nữa. Lưu ý rằng những người mà bạn gửi tin nhắn đó có thể đã xem tin nhắn của bạn.

Làm cách nào để tạo cuộc thăm dò ý kiến trong tin nhắn trực tiếp trên Instagram?

Bạn có thể tạo cuộc thăm dò ý kiến trong tin nhắn trực tiếp để đặt câu hỏi, tùy chỉnh câu trả lời và xem ý kiến bình chọn của mọi người. Cách tạo cuộc thăm dò ý kiến trong tin nhắn trực tiếp như sau:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải của Bảng tin.
- Nhấn vào tên người dùng hoặc tên nhóm để mở cuộc trò chuyện. Bạn cũng có thể bắt đầu cuộc trò chuyện mới bằng cách nhấn vào ở phía trên cùng bên phải, sau đó chọn những người bạn muốn nhắn tin.
- Mở máy ảnh và chụp ảnh hoặc quay video.
- Nhấn vào  rồi nhấn vào Cuộc thăm dò ý kiến.
- Nhập câu hỏi và câu trả lời của bạn rồi nhấn vào Xong. Bạn cũng có thể di chuyển hoặc thay đổi kích thước nhãn dán của cuộc thăm dò ý kiến.

Lưu ý: Khi mọi người trả lời cuộc thăm dò ý kiến của bạn, bạn có thể nhìn thấy số lượt bình chọn mà mỗi tùy chọn nhận được cũng như ý kiến bình chọn của từng người.

Gửi file GIF trong tin nhắn trực tiếp trên Instagram bằng cách nào?

Để gửi file GIF trong một tin nhắn trực tiếp, bạn làm như sau:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải của Bảng tin.
- Nhấn vào tên người dùng hoặc tên nhóm để mở cuộc trò chuyện.

Bạn cũng có thể bắt đầu cuộc trò chuyện mới bằng cách nhấn vào  ở trên cùng bên phải.

- Bên cạnh vùng có nội dung Viết tin nhắn..., hãy nhấn vào .
- Tìm kiếm file GIF hoặc vuốt sang trái để xem thêm các file GIF. Bạn cũng có thể nhấn vào Ngẫu nhiên để gửi file GIF ngẫu nhiên có liên quan đến hoạt động tìm kiếm của bạn.
- Nhấn vào file GIF để gửi tức thời.

2. Quản lý Instagram Direct

Làm cách nào để tạo cuộc trò chuyện nhóm mới trong Instagram Direct?

Bạn có thể tạo cuộc trò chuyện nhóm mới trong Instagram Direct bằng cách gửi tin nhắn cho 2 người trở lên. Bạn tạo cuộc trò chuyện nhóm mới bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.
- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải.
- Chọn 2 hoặc nhiều người mà bạn muốn gửi tin nhắn, sau đó nhấn vào Tiếp.
- Nhập tin nhắn, nhấn vào  để chọn ảnh hoặc video từ thư viện hoặc nhấn vào  để chụp ảnh hoặc quay video mới.
- Thêm các hiệu ứng, bộ lọc tùy chọn và chú thích.
- Nhấn vào Gửi.

Sau khi tạo cuộc trò chuyện nhóm, bạn có thể đặt tên cho cuộc trò chuyện đó. Để đặt tên cho cuộc trò chuyện nhóm, hãy nhấn vào  ở trên cùng bên phải cuộc trò chuyện, thêm tên vào khoảng trống gần nhãn Tên nhóm và nhấn vào Xong.

Làm cách nào để xem và trả lời ảnh và video tạm thời?

Khi ai đó gửi cho bạn ảnh hoặc video tạm thời, ảnh đại diện của họ sẽ xuất hiện trong hộp thư với vòng tròn màu xanh xung quanh và cuộc trò chuyện của bạn sẽ xuất hiện với màu xanh. Nhấn vào ảnh đại diện của họ để xem ảnh hoặc video hoặc nhấn vào  để đi tới cuộc trò chuyện mà không xem ảnh hoặc video.

Để trả lời ảnh hoặc video tạm thời, hãy nhấn vào  ở bên phải cuộc trò chuyện. Bạn cũng có thể mở cuộc trò chuyện và nhấn vào . Tại đây, nhấn để chụp ảnh hoặc quay video hoặc nhấn vào  để gửi tin nhắn. Khi bạn đã hoàn tất, hãy nhấn vào Lưu.

Làm cách nào để đổi tên cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct?

Bạn có thể đổi tên các cuộc trò chuyện nhóm có từ 3 người trở lên. Để đổi tên cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct, bạn làm như sau:

- Nhấn vào  ở phía trên cùng bên phải của Bảng tin (iPhone) hoặc phía dưới cùng bên phải của Bảng tin (Android).
- Nhấn vào cuộc trò chuyện nhóm mà bạn muốn đổi tên.
- Nhấn vào tên nhóm ở trên cùng, sau đó nhấn vào bên cạnh Tên nhóm.
- Nhập tên mới cho cuộc trò chuyện nhóm rồi nhấn vào Xong.

Những người đã có mặt trong cuộc trò chuyện đó có thể thấy rằng bạn đã đổi tên cuộc trò chuyện.

Làm cách nào để tắt thông báo từ một cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct?

Khi bạn tắt cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct, bạn sẽ vẫn có mặt trong cuộc trò chuyện nhưng không nhận được thông báo từ đó nữa. Bạn muốn tắt thông báo từ một cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct, hãy làm theo những bước dưới đây:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.
- Nhấn vào cuộc trò chuyện nhóm mà bạn muốn tắt thông báo.
- Nhấn vào tên nhóm ở trên cùng rồi nhấn vào bên cạnh Tắt thông báo về tin nhắn hoặc Tắt thông báo về chat video.
- Nhấn vào Xong.

Thêm người vào cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct

Bạn có thể thêm người khác vào cuộc trò chuyện nhóm đã có 3 người trở lên. Để thêm người vào cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct, bạn thực hiện như sau:

- Nhấn vào  ở phía trên cùng bên phải của Bảng tin (iPhone) hoặc phía dưới cùng bên phải của Bảng tin (Android).

- Nhấn vào cuộc trò chuyện mà bạn muốn thêm người.

- Nhấn vào tên nhóm ở trên cùng.

- Nhấn vào Thêm người bên cạnh Thành viên.

- Tìm kiếm và chọn người mà bạn muốn thêm rồi nhấn vào Tiếp (iPhone) hoặc Xong (Android).

Khi bạn **thêm mọi người vào cuộc trò chuyện nhóm**, họ có thể xem các tin nhắn trước đó trong cuộc trò chuyện, ngoại trừ **ảnh và video tạm thời**.

Làm cách nào để rời khỏi cuộc trò chuyện nhóm trong Instagram Direct?

Khi rời khỏi cuộc trò chuyện nhóm, bạn sẽ không nhận được tin nhắn từ nhóm đó trừ khi ai đó thêm lại bạn vào cuộc trò chuyện. Bạn rời khỏi tin nhắn nhóm trong Instagram Direct bằng cách:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.

- Nhấn vào cuộc trò chuyện nhóm mà bạn muốn rời khỏi.

- Nhấn vào tên nhóm ở trên cùng.

- Nhấn vào Rời khỏi cuộc trò chuyện rồi nhấn để xác nhận.

Xóa cuộc trò chuyện trong Instagram Direct

Cách xóa cuộc trò chuyện trong Instagram Direct rất đơn giản, bạn làm như sau:

- Nhấn vào  ở trên cùng bên phải Bảng tin.

- Vuốt sang trái trên cuộc trò chuyện mà bạn muốn xóa.

- Nhấn vào Xóa.

Sau khi bạn xóa, cuộc trò chuyện sẽ không hiển thị trong hộp thư nữa. Hành động này chỉ xóa cuộc trò chuyện cho bạn và cuộc trò chuyện đó vẫn sẽ hiển thị cho người khác đã có mặt trong cuộc trò chuyện.

Cách để báo cáo tin nhắn đã được gửi cho bạn hoặc chặn ai đó gửi tin nhắn cho bạn?

Bạn có thể báo cáo ảnh, video và tin nhắn lạm dụng được gửi cho bạn bằng Instagram Direct như sau:

- Mở cuộc trò chuyện.
- Nhấn và giữ tin nhắn riêng lẻ mà bạn muốn báo cáo.
- Chọn Báo cáo.

Nếu bạn muốn báo cáo một bài viết từ Trang chủ đã được gửi cho bạn bằng Instagram Direct, bạn có thể nhấn vào bài viết và báo cáo bài viết đó.

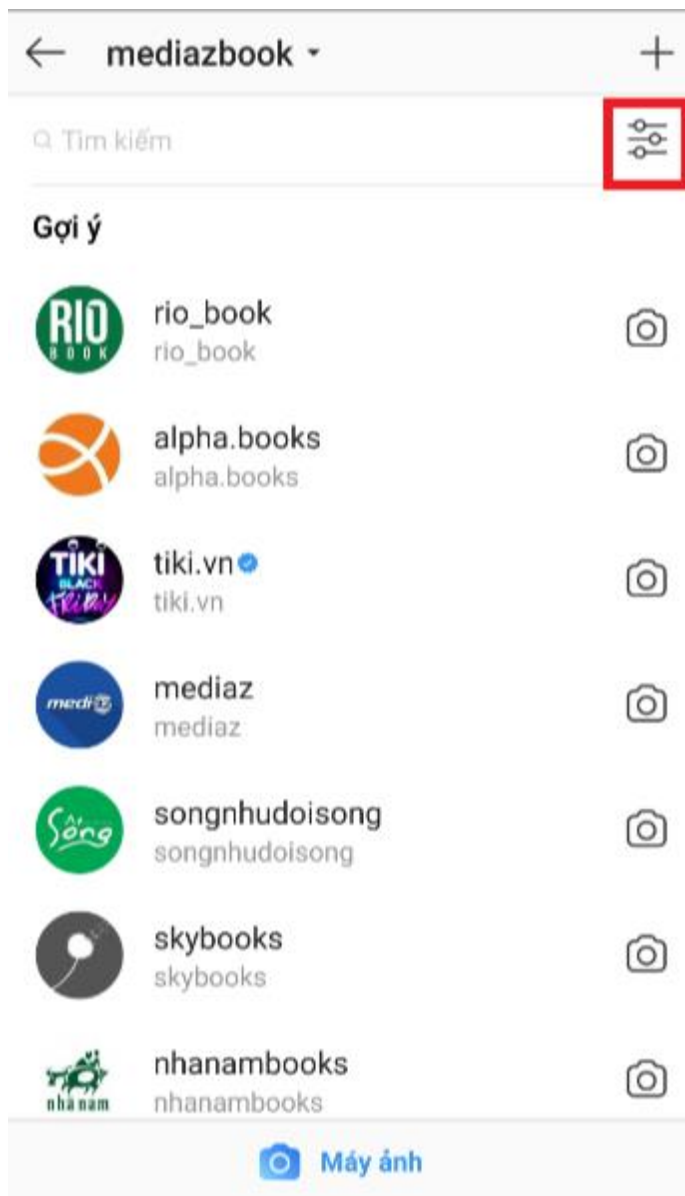
Nếu bạn muốn ngăn ai đó gửi tin nhắn cho mình, bạn có thể chặn người đó hoặc [báo cáo trang cá nhân của họ](#).

Làm cách nào để quản lý tin nhắn trong hộp thư của trang kinh doanh trên Instagram?

Sau khi bạn thiết lập [trang kinh doanh](#) trên Instagram, có một số cách giúp bạn quản lý tin nhắn nhận được. Trang kinh doanh trên Instagram là hộp thư hỗn hợp (hộp thư hiển thị các tin nhắn từ những người đã theo dõi trang kinh doanh của bạn trên Instagram, cũng như tin nhắn từ những khách hàng tiềm năng chưa theo dõi doanh nghiệp của bạn). Bạn có thể gắn sao và lọc các tin nhắn này để quản lý hộp thư của mình và tương tác với khách hàng tiềm năng dễ dàng hơn.

Gắn sao và lọc tin nhắn

Khi sử dụng Instagram Direct (từ trang kinh doanh của bạn), bạn có thể gắn sao và lọc các cuộc trò chuyện của mình để dễ dàng quay lại những tin nhắn mà bạn muốn theo dõi. Để gắn sao một tin nhắn, bạn chỉ cần vuốt từ phải sang trái. Để lọc, hãy nhấp vào biểu tượng bộ lọc ở trên cùng bên phải của hộp thư trực tiếp của bạn.



Hộp thư hỗn hợp

Giờ đây, hộp thư của bạn sẽ bao gồm tin nhắn từ khách hàng tiềm năng chưa theo dõi doanh nghiệp của bạn. Các tin nhắn này thường sẽ đi vào thư mục Khác nhưng giờ đây, chúng sẽ xuất hiện ở cùng một nơi với các tin nhắn đến từ những người theo dõi doanh nghiệp của bạn trên Instagram. Bạn luôn có thể bỏ qua những tin nhắn này, nếu muốn. Instagram cũng có thư mục Khác cho các tin nhắn từ những người không theo dõi có thể không liên quan đến doanh nghiệp của bạn.

Trả lời nhanh

Trả lời nhanh là một tính năng mới và sẽ sớm khả dụng!

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 6

- Tính năng Instagram Direct cho phép bạn chia sẻ ảnh, video và gửi tin nhắn riêng tư cho một đối tượng cụ thể nào đó, có thể là bạn bè hoặc một nhóm và chỉ có họ mới xem được hình ảnh hay video đó mà thôi.
- Hướng dẫn gửi và nhận tin nhắn trên Instagram bằng tính năng Instagram Direct
- Cách để quản lý Instagram Direct từ việc tạo cuộc trò chuyện mới, đổi tên, thêm thành viên, tắt thông báo hay rời khỏi một cuộc trò chuyện nhóm hay xóa cuộc trò chuyện.

Chương 7

Đễ dàng hơn với Hashtag

Hashtag là một khái niệm không còn quá xa lạ với người dùng mạng xã hội. Giờ đây, nó trở thành một trong những tính năng được đông đảo người dùng sử dụng để đưa thương hiệu của mình đến gần hơn với công chúng. Và đặc biệt, với Instagram - một mạng xã hội dựa trên hình ảnh là chủ yếu, thì hashtag sẽ dẫn đường, chỉ lối cho bạn trong việc khám phá những xu hướng, phong trào mà cộng đồng của bạn đang quan tâm, từ đó bạn có thể sáng tạo ra một vài ý tưởng quảng bá thương hiệu của mình một cách mới lạ hơn, độc đáo hơn so với đối thủ cạnh tranh của mình.

Thế nhưng không phải ai cũng biết tác dụng của việc sử dụng Hashtag trên Instagram, cách tạo Hashtag như thế nào để đem lại hiệu quả tốt nhất cho việc quảng cáo sản phẩm, dịch vụ của bạn. Những thông tin được nêu ra dưới đây sẽ giúp bạn mở rộng kho kiến thức của mình trong việc kết nối doanh nghiệp với nhiều người hơn trên Instagram.

1. Hashtag là gì?

Hashtag là một từ hay một cụm từ được viết liền nhau đứng sau dấu thăng (#). Hashtag sẽ giúp người dùng tìm kiếm hình ảnh, nội dung của các bài post từ nhiều tài khoản Instagram khác nhau có sử dụng chung một Hashtag. Ví dụ, bạn muốn tìm hiểu thông tin hay phản hồi của cộng đồng về chiếc điện thoại iphone X, bạn chỉ cần nhập từ khóa #iPhoneX trên thanh tìm kiếm, tất cả các thông tin liên quan đến thông số kỹ thuật, giá cả hay feedback của mọi người về chiếc điện thoại smartphone này,... được tổng hợp từ nhiều bài post của tài khoản Instagram khác nhau sẽ hiển thị trên màn hình của bạn. Rất tiện lợi, phải không?

2. Tại sao bạn nên sử dụng Hashtag trên Instagram?

Khi bạn chia sẻ bất kỳ một bức ảnh hay video lên tài khoản Instagram của mình, bạn nên sử dụng Hashtag ở phần chú thích, bởi vì:

- Hashtag giúp người dùng Instagram tìm kiếm và theo dõi các thông tin liên quan đến sản phẩm, dịch vụ hay sự kiện tiêu biểu... của bất kỳ một doanh nghiệp nào đó. Doanh nghiệp của bạn ra mắt một sản phẩm mới muốn giới thiệu tới đông đảo người dùng, hay tổ chức một sự kiện xoay quanh việc quảng bá thương hiệu... bạn đều có thể sử dụng Hashtag liên quan đến sản phẩm, thương hiệu của mình để thu hút nhiều người hơn cùng thảo luận về các vấn đề đó. Từ đó, sản phẩm, dịch vụ của bạn được nhiều người biết đến hơn, thương hiệu của bạn sẽ dễ dàng tiếp cận được với nhiều khách hàng hơn, nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu trong mắt mọi người.

- Khi bạn đặt tài khoản Instagram ở chế độ Public, bạn sử dụng Hashtag trong các bài post của mình thì những người chưa từng biết tới thương hiệu của bạn nhưng có chung mối quan tâm với bạn đều có thể xem được bài post đó. Điều này có thể làm tăng độ phủ sóng của các bài post trên Instagram của bạn tới nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng hơn.

- Hashtag có lẽ là một trong những con đường ngắn nhất để mở rộng không gian, phạm vi tiếp cận của tài khoản Instagram của bạn. Một Hashtag ngắn gọn, độc, lạ và dễ nhớ có thể thu hút được nhiều người dùng Instagram theo dõi tài khoản của bạn, và tăng sự tương tác của họ đối với các bài post trên Instagram. Và thương hiệu của bạn hoàn toàn có khả năng tạo nên một trào lưu Hashtag nếu biết sử dụng Hashtag một cách thông minh, dí dỏm và hài hước, đánh trúng vào tâm lý người dùng. Trào lưu này có tốc độ lan truyền cực kỳ mạnh mẽ trong cộng đồng sử dụng mạng xã hội, có thể trở thành bước đệm để thương hiệu của bạn tiến xa hơn, tiếp cận được với các khách hàng mục tiêu và có thể trở thành đối tác với các thương hiệu, nhãn hàng lớn.

3. Cách tạo Hashtag trên Instagram đem lại hiệu quả

Tạo một Hashtag rất đơn giản, bạn chỉ cần thêm dấu thăng (#) trước một từ hoặc một cụm từ được viết liền. Thế nhưng, tạo một Hashtag như thế nào để đem lại hiệu quả tốt, thương hiệu của bạn có khả năng tiếp cận được với nhiều người hơn trên mạng xã hội thì câu trả lời cho câu hỏi này sẽ nằm ở những thông tin được đưa

ra dưới đây.

Nội dung của Hashtag

Nếu bạn muốn sáng tạo ra một Hashtag hoàn toàn mới, không trùng lặp với bất kỳ ai thì điều đầu tiên bạn cần nghĩ ngay tới đó là những Hashtag có liên quan tới thương hiệu, liên quan tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Những Hashtag có nội dung này sẽ giúp thương hiệu của bạn được cộng đồng mạng xã hội biết đến nhiều hơn, sức lan tỏa mạnh mẽ hơn và có thể tiếp cận được với những đối tượng không theo dõi bạn hay thậm chí là chưa từng biết đến bạn.

- Hashtag theo thương hiệu: là một loại Hashtag cơ bản nhất, đơn giản nhất mà bất kỳ thương hiệu nào cũng cần phải có để đính kèm vào bài post của mình. Mỗi một thương hiệu có một cái tên khác nhau nên loại Hashtag này giúp cho khách hàng dễ dàng nhận biết được sản phẩm, dịch vụ của bạn là gì. Ví dụ như, với Hashtag #Apple, bạn sẽ nhớ tới Iphone, Ipad, Macbook hay với Hashtag #Chanel, bạn sẽ biết được sản phẩm của hãng này là những mẫu thời trang cao cấp thế giới,... Vì vậy, khi đã sở hữu trong tay một Hashtag thương hiệu, bạn hãy đặt nó ở tất cả các bài post trên Instagram để khách hàng dễ nhớ, dễ dàng tìm kiếm và nâng cao khả năng nhận thức thương hiệu trong mắt công chúng.

- Hashtag liên quan đến sản phẩm, dịch vụ: Loại Hashtag này được sử dụng khi doanh nghiệp của bạn kinh doanh nhiều sản phẩm, dịch vụ trên nhiều lĩnh vực. Bạn nên đính kèm loại Hashtag này tại các bài post trên Instagram để khách hàng dễ nhớ, dễ phân biệt các dòng sản phẩm, và họ có thể nắm bắt được thông tin các sản phẩm hay dịch vụ mới tung ra thị trường của doanh nghiệp. Những Hashtag này vừa giúp bạn quảng bá sản phẩm, dịch vụ vừa có thể theo dõi phản ứng của cộng đồng về những sản phẩm, dịch vụ này. Từ đó, bạn có thể nắm bắt được thông tin phản hồi của khách hàng đối với các sản phẩm, dịch vụ của mình như thế nào để có những phương hướng điều chỉnh cụ thể hay cải tiến chất lượng sản phẩm nhằm mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất, thú vị về sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Những Hashtag liên quan đến sản phẩm, dịch vụ thường được gắn kèm ngay sau Hashtag theo thương hiệu để khách hàng có thể dễ dàng nhận biết sản phẩm, dịch vụ này là của thương hiệu nào, tránh nhầm lẫn với các nhãn hàng, thương hiệu khác.

Hashtag theo xu hướng

Hashtag theo xu hướng là những Hashtag đã được xây dựng sẵn, được đông đảo người dùng mạng xã hội sử dụng. Sử dụng loại Hashtag này, bạn sẽ có những lợi ích và khó khăn nhất định. Lợi ích bạn nhận được khi sử dụng Hashtag theo xu hướng là gì? Nó sẽ giúp bạn nắm bắt kịp thời xu hướng, phong trào của cộng đồng mạng xã hội để biết được những nhu cầu, những mong muốn hay mối quan tâm của công chúng trong thời gian gần đây. Thế nhưng, nếu bạn không hiểu đúng ý nghĩa nội dung của xu hướng đó dẫn đến sử dụng Hashtag sai mục đích sẽ gây ra sự phản cảm đối với người dùng. Họ sẽ nhận định bạn là một đối tượng thiếu hiểu biết, lỗ bịch và chạy theo phong trào. Điều này sẽ làm hình ảnh thương hiệu của bạn xấu đi trong mắt khách hàng. Và khi sử dụng Hashtag theo xu hướng, nếu bạn không tạo ra một nội dung khác biệt mang một phong cách mới lạ, độc đáo và cung cấp nhiều thông tin, giá trị mới dành cho người đọc so với các tài khoản Instagram khác thì thương hiệu của bạn sẽ dễ bị lu mờ và bị lãng quên so với những đối tượng khác trong cộng đồng mạng xã hội.

Hashtag theo sự kiện

Bạn sử dụng loại Hashtag này khi bài post của bạn có nội dung liên quan đến các sự kiện của cộng đồng hoặc dựa trên sự kiện do chính doanh nghiệp của bạn tổ chức. Hashtag theo sự kiện được xây dựng lên với mục đích truyền thông sự kiện, quảng bá thương hiệu thông qua việc người dùng chia sẻ và lan truyền thông điệp của sự kiện này mang lại.

Hashtag theo ngày lễ

Như tên gọi Hashtag theo ngày lễ, bạn sử dụng Hashtag này để hưởng ứng những sự kiện xoay quanh những ngày lễ đặc biệt được mọi người biết tới như lễ Giáng sinh, Valentines hay ngày Quốc tế phụ nữ... Các thương hiệu thường tận dụng những ngày lễ này để thu hút khách hàng bằng cách đưa ra các chương trình ưu đãi, khuyến mãi giảm giá hay tổ chức giveaway... để tri ân khách hàng. Thế nên, khi sử dụng Hashtag theo ngày lễ, khách hàng có thể nắm bắt thông tin một cách nhanh chóng của các thương hiệu.

Trên đây là một vài cách tạo Hashtag phổ biến để bạn chinh phục khách hàng. Dù lựa chọn theo bất kỳ loại Hashtag nào, bạn đều phải chú ý Hashtag bạn sử dụng phải ngắn gọn, dễ nhớ, hợp thời, hợp cảnh, và phải sáng tạo theo một phong cách độc, lạ và chất thì

mới thu hút được sự chú ý của cộng đồng đối với sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu của mình.

4. Làm cách nào để sử dụng Hashtag

Bạn có thể thêm Hashtag trong chú thích hoặc bình luận của bài viết của mình. Nếu bạn thêm Hashtag vào một bài viết **đã được đặt thành công khai**, bài viết đó sẽ hiển thị trên trang Hashtag tương ứng.

Cách gắn thẻ hashtag cho ảnh hoặc video

Bước 1: Chụp hoặc tải ảnh hoặc video lên

Bước 2: Chọn để thêm bộ lọc, sau đó nhập # theo sau là văn bản hoặc biểu tượng cảm xúc vào trường mô tả (ví dụ: #mediazbook #sachdigitalmarketing)

Bước 3: Nếu bạn muốn thêm Hashtag vào bài viết mình đã tải lên, hãy **chỉnh sửa** mô tả hoặc đưa Hashtag vào một bình luận về ảnh của bạn

Sau khi gắn thẻ bài viết của mình bằng Hashtag, bạn có thể nhấn vào Hashtag để **xem một trang** hiển thị tất cả ảnh và video mọi người đã tải lên có Hashtag đó.

Làm cách nào để xem trang hashtag?

Để xem trang hashtag, nhấn vào một hashtag từ bên dưới bài viết (ví dụ: #mediazbook). Trang hashtag hiển thị tất cả bài viết công khai đã được chia sẻ bằng hashtag đó. Trang hashtag xuất hiện trong cả ứng dụng Instagram và trên web. Nếu tài khoản của bạn được **đặt thành riêng tư** thì chỉ những người theo dõi đã được phê duyệt mới có thể xem ảnh bạn đã chia sẻ và gắn thẻ trên trang hashtag.

Ảnh và video nào hiển thị trên trang hashtag?

Trang hashtag bao gồm bài viết công khai có hashtag tương ứng. Bài viết trên trang hashtag xuất hiện theo **thứ tự** chúng được chia sẻ. Bạn có thể nhìn thấy trang hashtag xuất hiện trong cả ứng dụng Instagram và trên web. Nếu tài khoản của bạn được **đặt thành riêng tư** thì chỉ những người theo dõi đã được phê duyệt mới có thể xem ảnh bạn đã chia sẻ và gắn thẻ trên trang hashtag.

Ảnh và video của bạn xuất hiện theo thứ tự nào trên trang hashtag?

Ở đầu một số trang hashtag, bạn có thể thấy phần có tên là Bài viết hàng đầu. Bài viết hàng đầu xuất hiện trên hashtag thịnh hành để hiển thị cho bạn một số bài viết phổ biến được gắn thẻ với hashtag đó. Trong phần Gần đây nhất, ảnh và video sẽ xuất hiện theo thứ tự chúng được đăng. Nếu bạn thêm hashtag vào ảnh sau khi đã đăng ảnh đó thì ảnh sẽ vẫn xuất hiện trên trang hashtag theo thời gian ban đầu ảnh được đăng chứ không phải thời gian mà hashtag được thêm vào.

5. Một số lưu ý khi sử dụng Hashtag trên Instagram

- Một số Influencer thành công họ chỉ sử dụng một hoặc một số ít hashtag đặc biệt cho mục tiêu thương hiệu của họ.
- Thêm Hashtag cho mỗi bình luận. Điều này đảm bảo rằng hình ảnh của bạn sẽ luôn được tìm thấy khi thẻ hashtag đó được tìm kiếm.
- Phân mảnh cụ thể những hashtag của bạn theo từng bài đăng. Mỗi bài đăng sẽ có những định hướng nội dung khác nhau như kể về câu chuyện của bạn, feedback khách hàng, hình ảnh sản phẩm và mỗi loại bài đăng này bạn nên phân loại bằng những hashtag khác nhau.
- Khi mọi người có trang cá nhân riêng tư gắn thẻ bài viết, họ sẽ không xuất hiện công khai trên các trang Hashtag.
- Bạn được phép sử dụng số trong Hashtag. Tuy nhiên, dấu cách và các ký tự đặc biệt như \$ hoặc % sẽ không hoạt động.
- Bạn chỉ có thể gắn thẻ bài viết của mình. Bạn không thể gắn thẻ ảnh hay video của người khác.
- Bạn có thể sử dụng tối đa 30 thẻ trên một bài viết. Nếu bạn đưa hơn 30 thẻ vào một ảnh hay video, bình luận của bạn sẽ không đăng được. Tuy nhiên bạn chỉ sử dụng tối đa là 5 hashtag cho một bài đăng.
- Độ dài các cụm từ cho 1 Hashtag Instagram được khuyến nghị trong khoảng 5 từ.

TÓM TẮT PHẦN III CHƯƠNG 7

● Hashtag là một từ hay một cụm từ được viết liền nhau đứng sau dấu thăng (#). Hashtag sẽ giúp người dùng tìm kiếm hình ảnh, nội dung của các bài post từ nhiều tài khoản Instagram khác nhau

có sử dụng chung một Hashtag.

- Khi bạn chia sẻ bất kỳ một bức ảnh hay video lên tài khoản Instagram của mình, bạn nên sử dụng Hashtag ở phần chú thích, bởi vì:

- Hashtag giúp người dùng Instagram tìm kiếm và theo dõi các thông tin liên quan đến sản phẩm, dịch vụ hay sự kiện tiêu biểu... của bất kỳ một doanh nghiệp nào đó.

- Khi bạn đặt tài khoản Instagram ở chế độ Public, bạn sử dụng Hashtag trong các bài post của mình thì những người chưa từng biết tới thương hiệu của bạn nhưng có chung mối quan tâm với bạn đều có thể xem được bài post đó.

- Hashtag có lẽ là một trong những con đường ngắn nhất để mở rộng không gian, phạm vi tiếp cận của tài khoản Instagram của bạn.

- Những loại Hashtag trên Instagram giúp ích cho bạn trong việc quảng bá thương hiệu

- Nội dung của Hashtag

- Hashtag theo sự kiện

- Hashtag theo xu hướng

- Hashtag theo ngày lễ

- Hướng dẫn cách sử dụng Hashtag trên Instagram

- Một vài lưu ý dành cho bạn khi sử dụng Hashtag trên Instagram

PHẦN IV

QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU CỦA BẠN TRÊN INSTAGRAM

Instagram đang sở hữu một lượng người sử dụng rất lớn và không có dấu hiệu “hạ nhiệt” về độ phổ biến của nó so với các trang mạng xã hội khác. Chính vì vậy, Instagram giờ đây trở thành miền đất hứa để các doanh nghiệp tập trung khai thác để quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình, từ đó tăng độ nhận diện thương hiệu trong mắt mọi người.

Hầu như mọi thương hiệu đều có thể thể hiện một khía cạnh trực quan hơn với cộng đồng của mình bằng cách sử dụng Instagram, và mở rộng phạm vi, không gian, đưa thương hiệu của mình đến gần với mọi người hơn bằng cách chia sẻ hình ảnh hàng loạt lên các trang mạng xã hội khác như Facebook hay Twitter. Vậy bạn còn chần chờ gì nữa mà không tận dụng độ hot của Instagram để thực hiện các chiến dịch quảng bá sản phẩm, dịch vụ cho doanh nghiệp của bạn!

Trước khi thực hiện bất kỳ một chiến dịch quảng bá thương hiệu nào trên Instagram, bạn cũng cần phải trang bị cho mình công cụ đắc lực là hình ảnh độc, lạ, đẹp mắt, lôi cuốn và phần nội dung hấp dẫn, đưa ra những vấn đề được người đọc quan tâm hiện nay hay những xu hướng đang được giới trẻ hưởng ứng để thu hút lượng lớn người xem. Và yếu tố để thương hiệu của bạn đánh bật được các đối thủ cạnh tranh của mình chính là sự sáng tạo trong lối thể hiện, sự bùng nổ trong phong cách. Chính điều này sẽ để lại ấn tượng sâu đậm đối với những người sử dụng Instagram đặc biệt là giới trẻ. Bởi, giới trẻ là những con người không ngừng tìm tòi, khám phá, thích thú với những cái mới, họ mang trong người cái chất riêng của độ tuổi này.

Instagram tạo ra một không gian riêng để doanh nghiệp thỏa sức thể hiện cái chất riêng, độc đáo trong từng sản phẩm và mang đến cho khách hàng những trải nghiệm mới lạ nhưng vẫn rất gần gũi, không quá phức tạp. Bên cạnh đó, mạng xã hội này tạo được sự kết nối thân thiện giữa doanh nghiệp và cá nhân khách hàng như cách Starbuck chia sẻ hình ảnh của chính người theo dõi (follower) fanpage và biến nó thành câu chuyện giới thiệu sản phẩm của mình. Chính điều này làm tăng độ chân thật của hình trong mắt người xem và tạo độ tin cậy với những người sử dụng sản phẩm của thương hiệu cafe nổi tiếng thế giới này. Hay như Nike – thương hiệu thời trang thể thao sử dụng Instagram để đăng tải những hình ảnh, những đoạn video ngắn về các hoạt động của vận động viên khi sử dụng giày sẽ đem lại cảm giác như thế nào cho người xem, họ nhìn và có thể tự đánh giá được độ nhẹ, êm kèm theo đó là độ đàn hồi của giày có tốt hay không? Và các nhãn hàng thời trang nổi tiếng thế giới như Chanel, Dior, Gucci,... đã sử dụng chính những thước phim về hậu trường hay những đoạn cut từ buổi trình diễn bộ sưu tập thời trang đăng tải lên Instagram để kích thích sự hứng thú cho người xem đặc biệt là phái nữ, họ được nhìn các mẫu quần áo một cách chân thực nhất chỉ thông qua màn hình điện thoại.

Mỗi doanh nghiệp thiết lập một chiến dịch quảng bá thương hiệu theo nhiều cách khác nhau để chạm đến ánh mắt, nắm bắt được trái tim của khách hàng và giữ chân họ bằng việc giao tiếp thường xuyên trên Instagram. Hãy không ngừng sáng tạo, đưa ra các chiến dịch quảng bá sản phẩm theo phong cách riêng của thương hiệu mình và đặc biệt bạn phải chú trọng đầu tư phần hình ảnh, luôn được thiết kế một cách độc, lạ, bắt mắt và lôi cuốn để con đường chinh phục khách hàng không còn quá khó khăn như bạn vẫn tưởng tượng!

Chương 1

5 Phút một ngày cho việc cập nhật thông tin Instagram

1. Ứng dụng hỗ trợ

Yêu cầu được đưa ra là việc đăng nội dung chất lượng lên Instagram một cách thường xuyên và đúng định hướng bạn đầu. Tuy nhiên, yên tâm đi bởi nó không phải là một quá trình tốn nhiều thời gian. Sự thật là bạn sẽ chỉ mất một vài phút để tạo ra một bài đăng tuyệt vời để chia sẻ với những người đang theo dõi bạn.

Có một số phần mềm ứng dụng hỗ trợ bạn tạo nội dung chất lượng chỉ trong vài giây. Cùng tìm hiểu về ứng dụng này nhé!

Tài nguyên ảnh

Bạn có thể tham khảo đến nguồn tài nguyên hình ảnh miễn phí bản quyền và bạn có thể sử dụng lại khi muốn đăng tải những hình ảnh để bắt đầu. Pexels.com, Unsplash.com và FreeImages.com là ba nguồn ảnh được miễn phí bản quyền mà bạn có thể dùng. Hãy tải những hình ảnh này xuống điện thoại và bắt đầu công cuộc chỉnh sửa cũng như chèn chữ lên ảnh chứ!

Phần mềm chèn chữ lên ảnh

Có những ứng dụng di động cả trả phí lẫn miễn phí hỗ trợ bạn trong việc chèn text vào hình ảnh có sẵn. Với loại ứng dụng này bạn có thể chụp ảnh nền có độ phân giải cao, phủ lên một số văn bản tùy chỉnh, thêm logo, biểu tượng watermark lên hình ảnh của bạn. Lưu ý khi sử dụng logo hoặc watermark bạn nên sử dụng hình ảnh không nền để đảm bảo cho thiết kế của mình luôn ổn

nhé! Một số ứng dụng gợi ý như Wordswag, Adobe Post, Phonto, Typorama...

Khi sử dụng những ứng dụng này để tạo bài đăng bạn muốn thêm logo để nhận diện thương hiệu của mình đó là điều tốt. Tuy nhiên, với một số hình ảnh, khi chèn logo vào sẽ khiến người dùng đắn đo suy nghĩ khi chia sẻ hình ảnh đó. Vậy nên một gợi ý được đưa ra là sử dụng duy nhất một font chữ đơn giản trong tất cả các hình ảnh của mình. Điều này hiệu quả hơn rất nhiều trong việc tương tác với người xem bởi hình ảnh lúc này không còn mang tính PR nhiều cho thương hiệu. Nếu bạn đi với một chiến lược tương tự chỉ cần chắc chắn rằng bạn đang sử dụng chỉ duy nhất một phong chữ cho điều này để đảm bảo thiết kế của bạn là phù hợp và mọi người có thể bắt đầu liên kết logo thương hiệu của bạn một cách dễ dàng. Có quá nhiều phong chữ sẽ làm loãng thương hiệu của bạn và gây nhầm lẫn.

2. Sử dụng lại nội dung đã đăng

Thử làm một phép toán đơn giản như thế này nhé! Giả sử bạn làm theo kế hoạch một ngày đăng 3 bài, thì trong 1 tháng số lượng bài đăng của bạn là 90 bài, trong 3 tháng sẽ là 270 bài. Một con số khổng lồ về số lượng bài đăng của một tài khoản.

Thực tế, những trang Instagram tốt nhất cũng chỉ có khoảng vài trăm bài đăng. Họ chấp nhận đăng lại nội dung đã đăng sau một khoảng thời gian nhất định. Đây là một cứu cánh cho bạn trước núi công việc cần phải làm. Do vậy, trong khi đăng những bài đăng hãy chú ý đến tương tác của khách hàng với những bài đăng đó. Bạn sẽ không mất quá nhiều thời gian để biết bài đăng nào tốt, bài đăng nào chưa ổn và lên kế hoạch sử dụng lại những bài đăng đã mang lại cho bạn sự tương tác tốt nhất.

Sau khoảng thời gian từ 6 đến 8 tuần, bạn có thể sử dụng lại các bài đăng nhận được tỷ lệ tương tác cao. Khi bạn chia sẻ nội dung đó từ 6 đến 8 tuần trước, đó là với những người theo dõi của bạn tại thời điểm cụ thể đó còn bây giờ, bạn có một nhóm người theo dõi mới chưa từng thấy những gì bạn đăng một tháng hoặc vài tháng trước, họ chưa thấy nội dung bạn đã từng chia sẻ. Đó là nội dung mới với họ. Và cũng có thể là nhóm người theo dõi ban đầu thích hoặc nhận xét về bài đăng đó đã quên đi, không nhận ra thực tế bạn đang sử dụng lại hình ảnh đó và rất có thể sẽ thích hoặc nhận xét lại nó.

Đăng lại hình ảnh hoặc video cho phép bạn đăng nội dung tương

tác với những người theo dõi của mình ở mức cao vì bạn đang sử dụng lại nội dung đã được chứng minh là tạo ra lượt tương tác lớn. Đó là một tình huống có lợi cho bạn và những người theo dõi bạn. Bạn tập trung vào nội dung có giá trị cao để đảm bảo rằng tỷ lệ tương tác của bạn đều được cải thiện và bạn có nội dung mới cho những người theo dõi mới mà bạn biết sẽ thích và tương tác với bài đăng cụ thể đó.

Điều này sẽ giữ cho những người theo dõi của bạn tập trung và tương tác với các bài đăng trên Instagram của bạn một cách nhất quán. Bạn sẽ thấy mức độ tương tác của bạn tăng đều đặn với chiến lược này. Đó là nội dung mới dành cho những người theo dõi mới và cũ và đó là nội dung bạn biết tất cả họ đều yêu thích với những người cũ.

3. Hy sinh ngắn hạn cho thành công dài hạn

Khi mới bắt đầu, quá trình để thu hút những người đầu tiên đến với bạn thực sự rất khó khăn và tốn nhiều công sức. Việc mất nhiều thời gian ban đầu để xây dựng có thể sẽ khiến bạn nản lòng bởi kết quả ban đầu sẽ tăng không đúng như mức độ bạn kỳ vọng. Nhưng khi vượt qua được ngưỡng người theo dõi thì bạn sẽ thấy rằng công sức mình bỏ ra đã xứng đáng như thế nào.

Trên thực tế, 10.000 lượt theo dõi đầu tiên bạn sẽ rất khó khăn để dành được. Tuy nhiên sau khi cán được mốc này thì nhiệm vụ của bạn dễ dàng hơn rất nhiều. Bạn có thể cắt giảm khá công việc trong lịch trình hàng ngày của bạn với việc chăm sóc trang trên Instagram để tăng lượt theo dõi.

Đừng nghe những chia sẻ kinh nghiệm của những người đang thành công lớn trên Instagram về cách họ xây dựng cộng đồng, bởi họ đang cố gắng tạo cho bạn sự dễ dàng và niềm tin trong trạng thái họ đang quản lý những trang lớn với những thành công lớn của họ. Và chắc chắn rằng sự thành công cũng đánh đổi qua hàng tá thử nghiệm và không ít những sai lầm trước khi họ có được như hiện tại. Sự dễ dàng chỉ có được khi bạn đi mua những tài khoản Instagram với những lượt theo dõi có sẵn, điều này không được khuyến khích bạn làm theo bởi những hệ lụy được kéo theo nó khi bạn hoạt động sau này.

Trong khoảng thời gian đầu, bạn có thể phải cắt giảm bữa ăn và giấc ngủ của mình để tập trung vào việc tạo nội dung và tương tác với người dùng. Bạn càng kết nối với cộng đồng của mình thì tỷ lệ tương tác càng cao. Dành thời gian để like, để trả lời tin nhắn, để

trả lời bình luận từ những người theo dõi bạn cho phép bạn gia tăng sự tương tác của mình. Đừng tiết kiệm những lượt like trên mỗi bình luận, việc thả tim cho những bình luận cũng là một chiến lược gia tăng lượt theo dõi của bạn. Hãy nhớ cả việc tạo nội dung và lên bài để có những bình luận từ người dùng nhé!

Tất cả thời gian ban đầu của bạn là dành cho Instagram, điều này dường như mâu thuẫn với đề mục này. Nhưng, không! Đây đang là cách bạn hi sinh những kế hoạch ngắn hạn cho những thành công lớn sau này. Giờ bạn ăn, bạn ngủ với nó, nỗ lực với những việc làm hiện tại và sau 6-8 tháng nhìn lại bạn sẽ ngạc nhiên vô cùng. Lúc đó bạn chỉ cần vài phút để đăng bài trong mỗi ngày và quay lại với thời điểm hướng dẫn chia sẻ những người mới và bảo với họ rằng, thoải mái đi, nó rất dễ dàng để đạt được mà!

Muốn làm và bắt tay vào thực sự vào làm sẽ rất khác biệt ở thành quả sau này. Thành công trên Instagram đến từ việc bạn bắt tay vào làm và kiên trì không ngừng nghỉ khi đối mặt với khó khăn. Cùng đắm đầu vào chuỗi khó khăn này để cùng nhìn thấy thành công hạnh phúc nơi cuối con đường!

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 1

- Một số phần mềm ứng dụng hỗ trợ bạn tạo nội dung chất lượng chỉ trong vài giây:

- Nguồn tài nguyên hình ảnh miễn phí bản quyền: Pexels.com, Unsplash.com và FreeImages.com.

- Phần mềm chèn chữ lên ảnh: Wordswag, Adobe Post, Phonto, Typorama...

- Sau khoảng thời gian từ 6 đến 8 tuần, bạn có thể sử dụng lại các bài đăng nhận được tỷ lệ tương tác cao. Khi bạn chia sẻ nội dung đó từ 6 đến 8 tuần trước, đó là với những người theo dõi của bạn tại thời điểm cụ thể đó còn bây giờ, bạn có một nhóm người theo dõi mới chưa từng thấy những gì bạn đăng một tháng hoặc vài tháng trước, họ chưa thấy nội dung bạn đã từng chia sẻ.

- Bạn càng kết nối với cộng đồng của mình thì tỷ lệ tương tác càng cao. Dành thời gian để like, để trả lời tin nhắn, để trả lời bình luận từ những người theo dõi bạn cho phép bạn gia tăng sự tương tác của mình. Đừng tiết kiệm những lượt like trên mỗi bình luận, việc thả tim cho những bình luận cũng là một chiến lược gia tăng lượt theo dõi của bạn. Hãy nhớ cả việc tạo nội dung và lên bài để có những bình luận từ người dùng nhé!

Chương 2

Thu hút người theo dõi trên tài khoản Instagram

1. Theo dõi nhiều người nhất có thể

Theo dõi tài khoản của tất cả bạn bè của bạn có sử dụng Instagram bằng cách Đồng bộ Instagram với các tài khoản mạng xã hội khác của bạn như Facebook, Twitter... và danh bạ điện thoại. Và theo dõi những người bạn được Instagram đề xuất trong tab Bạn (You) của phần Thông báo (biểu tượng trái tim). Đây là cách tự nhiên để họ theo dõi lại tài khoản Instagram của bạn.

Theo dõi tài khoản Instagram của người nổi tiếng hay những thương hiệu nổi tiếng. Mọi người thường có xu hướng tìm người theo dõi trong danh sách của người nổi tiếng và họ chỉ bấm nút Theo dõi một số ít tài khoản Instagram trong số những người đã theo dõi tài khoản Instagram của người nổi tiếng trong thời gian gần đây nhất. Có một mẹo dành cho bạn đó là bạn có thể lặp đi lặp lại hành động theo dõi và bỏ theo dõi tài khoản Instagram của người nổi tiếng để tên của bạn được nằm trong danh sách Những người theo dõi gần đây. Tuy nhiên, bạn không nên thực hiện hành động này thường xuyên vì có thể sẽ bị Instagram ngó tới cảnh báo và trong trường hợp xấu nhất là tài khoản của bạn sẽ bị vô hiệu hóa. Hãy làm nhưng đừng lạm dụng!

2. Tổ chức một cuộc thi trên Instagram

Đây là một trong những cách thu hút đông đảo lượng người theo dõi bạn khi tài khoản Instagram của bạn là tài khoản doanh nghiệp. Nếu bạn đã có trong đầu một ý tưởng tốt, hay và độc thì hãy xây dựng nó thành một cuộc thi có phần thưởng dành cho người chiến thắng và chia sẻ lên Instagram để khuyến khích

những người theo dõi bạn tương tác với bài post và những người chưa từng biết đến bạn tham gia cuộc thi để kéo lượng theo dõi từ họ.

Ví dụ, nếu bạn là một thương hiệu xuất bản sách, bạn có thể tổ chức một cuộc thi “Lời cảm nhận từ lòng tôi”, một cuộc thi khuyến khích các độc giả đã mua sách của bạn và nêu những lời nhận xét, những lời cảm nhận của bản thân sau khi đọc cuốn sách của thương hiệu của bạn. Review thực chất nhất, hay nhất của độc giả theo cảm nhận của bạn tổ chức sẽ dành được chiến thắng và nhận được phần quà như đã nêu trong thông tin của cuộc thi. Tổ chức một cuộc thi như thế này, bạn vừa có thể nhận được sự quan tâm từ những người đang và chưa từng theo dõi bạn, vừa có thể theo dõi được phản ứng của độc giả đối với các ấn phẩm sách của thương hiệu của bạn. Một công đôi việc, đúng không nào?

3. Sử dụng các tính năng mới của Instagram

Instagram Stories: Như đã nói ở những phần trên, Instagram Stories là một trong những công cụ hữu ích để bạn quảng bá thương hiệu của mình. Bạn có thể đăng bất kỳ một hình ảnh, video nào trên Stories mà không cần phải quá chú trọng vào phần hình thức, nội dung. Tính năng này cũng giống như tên của nó thay bạn kể những câu chuyện hết sức đời thường như công việc, xung quanh môi trường làm việc... gây ấn tượng với những người đang theo dõi bạn và cũng thu hút sự quan tâm từ những người chưa từng biết đến bạn thông qua những mẫu chuyện có phần đơn thuần và dí dỏm này. Bạn cũng đừng quên trang trí Stories của mình bằng những video mini Boomerang, hay gắn thêm nhãn dán, bút vẽ hoặc chia sẻ một vài dòng status ngắn để tạo thêm sự độc lạ, riêng biệt.

Theo dõi Hashtag: Instagram đã sáng tạo thêm nút Theo dõi Hashtag để bạn có thể theo dõi những bài post có gắn những Hashtag liên quan đến sản phẩm, dịch vụ mà mình kinh doanh. Những bài đăng đó sẽ hiện lên News feed của bạn, và bạn có thể theo dõi những tài khoản Instagram có hình ảnh đẹp, bắt mắt để học hỏi phong cách của họ và cũng có thể nhận được sự theo dõi lại của chính những tài khoản đó.

4. Thêm tài khoản Instagram vào phần chữ ký của Email

Đây là cơ hội để bạn đưa tài khoản Instagram của mình đến gần với khách hàng hơn thông qua chữ ký của Email. Bạn có thể sử dụng WiseStamp để đính kèm link đường dẫn trở về trang profile

của bạn. Nhưng hãy chú ý chăm chút kỹ phần hình ảnh và nội dung của bạn trước khi gửi đường link dẫn của tài khoản Instagram trên chữ ký của Email.

5. Mua lượt theo dõi

Đây là một cách nhanh nhất để bạn sở hữu một lượng khổng lồ người theo dõi trên tài khoản Instagram. Nhưng không phải cách tốt nhất để bạn có thể tăng số lượng người theo dõi tài khoản của mình theo một cách trung thực và thực tế. Và bạn cần phải lưu ý một điều là cách mua lượt theo dõi này đã vi phạm Điều khoản Dịch vụ của Instagram nên tài khoản của bạn có thể bị Instagram để mất tới và tình huống xấu nhất đó là tài khoản của bạn sẽ bị khóa vĩnh viễn.

Bởi vậy, nếu như thực hiện tất cả những cách trên mà tài khoản Instagram của bạn không có biến chuyển về lượng người theo dõi thì hãy sử dụng cách làm này. Cách làm này như một con dao hai lưỡi, có thể biến tài khoản Instagram của bạn lột xác hoàn toàn nhưng cũng có thể vĩnh viễn mất đi chỉ vì sự nóng vội của bạn.

6. Tương tác

Tương tác với các tài khoản khác

Để xây dựng một cộng đồng lớn mạnh, bạn hãy trở thành một con người chủ động, thu hút sự quan tâm của những tài khoản khác bằng chính sự chủ động của mình. Chủ động bằng cách nào? Chỉ đơn giản bạn chỉ cần thả tim, hay đưa ra bình luận trên các bài post của họ một cách thường xuyên để kéo sự chú ý của họ dành cho bạn và có thể họ cũng sẽ tích cực phản hồi lại trên các bài đăng của bạn trên Instagram.

Đi kèm với thả tim, bạn nên để lại những lời bình luận tích cực và dành thời gian chăm chút câu chữ cho những bình luận đó. Bởi chính điều này sẽ thể hiện bạn thực sự quan tâm đến thương hiệu của họ và tạo hứng thú cho mọi người ghé thăm qua trang profile của doanh nghiệp của bạn. Hãy chủ động tìm hiểu những tài khoản Instagram có liên quan đến sản phẩm, dịch vụ mà bạn đang kinh doanh để tạo sự tương tác qua lại với họ!

Tương tác với khách hàng

Mục đích của việc tương tác với khách hàng là tạo sự chú ý cho họ để họ cảm thấy hứng thú với thương hiệu của bạn và bấm Theo dõi tài khoản của bạn trên Instagram. Và việc tương tác này sẽ

giúp bạn hiểu rõ được nhu cầu của khách hàng, những xu hướng, phong trào gần đây mà họ quan tâm để từ đó xây dựng ý tưởng quảng bá sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu theo những gì mà họ mong muốn. Hãy sử dụng Instagram để điều tra, khám phá ra sở thích và thói quen của người tiêu dùng. Chính điều này, bạn sẽ dễ dàng đáp ứng đúng nhu cầu của họ, qua đó, thương hiệu của bạn sẽ tạo được cầu nối gắn kết với khách hàng và đồng thời giúp bạn tăng lượng người theo dõi tài khoản.

Một điều quan trọng với bất kỳ doanh nghiệp nào đó là nhận được sự phản hồi của khách hàng như review, feedback... về sản phẩm, dịch vụ của mình. Bạn có thể tìm kiếm phản hồi của khách hàng bằng Hashtag, hay những bình luận nhận xét tại bài đăng của bạn trên Instagram. Dù đó là phản hồi tốt hay không tốt nhưng cũng là cơ sở để bạn đưa ra những chiến lược cải thiện và đổi mới sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp theo những lời đóng góp đáng quý của khách hàng. Bạn có thể đăng tải những review, feedback tốt của khách hàng về sản phẩm một cách khéo léo để tăng độ tin cậy với những khách hàng chưa từng dùng sản phẩm của bạn và làm tăng tên tuổi của thương hiệu của bạn trong lĩnh vực mà bạn đang kinh doanh.

Sử dụng chính hình ảnh của khách hàng

Bạn hãy tìm những hình ảnh sản phẩm được khách hàng đăng tải lên trang profile cá nhân dựa vào Hashtag để chia sẻ lên tài khoản Instagram doanh nghiệp của mình. Hãy tag tên của họ vào phần mô tả để tạo niềm tin với những người dùng khác. Việc làm này như một lời cảm ơn với khách hàng vì đã sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, vừa tạo sự kết nối thân thiết với khách hàng, và tạo một mức độ tin cậy nhất định đối với những người chưa từng biết đến thương hiệu của bạn.

7. Đừng quên sử dụng Hashtags

Theo như những thông tin về Hashtag đã được đề cập ở chương trước đó, Hashtag cho phép người dùng tìm kiếm tất cả các bài post đã sử dụng tag đó. Vì vậy, ngoài việc gắn những Hashtag riêng trên các bài đăng của thương hiệu của bạn, bạn hãy tận dụng chèn thêm những Hashtag phổ biến như #instafollow, #followback, #love, #food, #beauty, #l4l (like for like), #f4f (follow for follow)... vào phần mô tả bức ảnh nhưng những Hashtag này phải có liên quan đến hình ảnh mà bạn đăng. Khi bạn sử dụng những Hashtag này thì hình ảnh mà bạn đăng tải lên Instagram sẽ được nhiều người biết đến hơn, chú ý đến hơn và ghé qua trang

profile nếu như hình ảnh của bạn đẹp, ấn tượng, hút mắt người nhìn ngay từ lần đầu tiên.

Ngoài ra, bạn có thể sử dụng ứng dụng Top Tags for Likes for Instagram để gắn Hashtag. Đây là ứng dụng cho phép bạn sao chép và dán một danh sách từ 20 - 30 tag nổi tiếng và được sử dụng nhiều trong ngày hôm đó, giúp bạn gắn tag nhanh vào phần mô tả của ảnh mà không mất quá nhiều thời gian. Một điều đáng tiếc là ứng dụng này chỉ được hỗ trợ trên hệ điều hành Android mà không được sử dụng trên các hệ điều hành khác. Những bạn sử dụng hệ điều hành Android có thể tải ứng dụng Tag for Likes trên Google Play. Sau khi tải về thiết bị di động của mình, bạn truy cập vào ứng dụng và màn hình xuất hiện rất nhiều ngành, lĩnh vực để bạn lựa chọn. Bạn nhấn vào ô có liên quan đến lĩnh vực của bạn và ấn nút Sao chép (biểu tượng hai hình vuông chồng lên nhau) ở góc bên phải, trên cùng màn hình. Sau khi đã sao chép một list các tag, bạn dán nó vào phần mô tả của ảnh, thế là xong!

Một điều bạn cần phải lưu ý là không nên quá lạm dụng những Hashtag này, bạn sẽ gặp phải tình trạng nhận bình luận spam trên bài post của bạn. Bạn chỉ nên dùng khoảng 5-7 Hashtag trong một bài đăng bao gồm 2-3 Hashtag phổ biến và kèm theo những Hashtag riêng của chính thương hiệu của bạn để tạo ấn tượng tốt với người nhìn.

8. Sử dụng tag địa lý

Phần Tìm kiếm của Instagram có mục Địa điểm cho phép người dùng tìm tất cả những hình ảnh, bài post được check-in tại những địa điểm mà họ đang tìm kiếm. Vì vậy, bạn nên sử dụng tag địa lý, gắn những địa điểm chính xác để người dùng dễ dàng thấy hình ảnh của bạn hơn, và cộng đồng sẽ biết đến bạn nhiều hơn, có thể theo dõi tài khoản của bạn ngay lập tức nếu thương hiệu của bạn có những hình ảnh đẹp mắt và nội dung bài đăng cuốn hút trên tài khoản Instagram của mình.

9. Đăng ảnh thường xuyên nhưng không quá nhiều

Người theo dõi bạn họ cần nắm bắt thông tin về các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp của bạn thường xuyên, vì vậy, hãy duy trì mối quan hệ với cộng đồng của bạn bằng chính sự tích cực của bạn. Hãy chia sẻ hình ảnh và cập nhật thông tin một cách đều đặn để mọi người biết tài khoản của bạn vẫn còn “tồn tại”. Nhưng bạn cần tránh đăng quá nhiều ảnh một ngày mà hãy chỉ nên đăng từ 1-3 bức ảnh tâm đắc nhất và đính kèm phần mô tả ảnh sao cho

thật hấp dẫn, và hữu ích đối với cộng đồng Instagram của bạn.

10. Đăng ảnh vào giờ cao điểm

Bạn có khoảng 4 tiếng để tăng sự tương tác của người dùng đối với 1 bài viết trước khi nó bị nhấn chìm bởi một loạt các bài viết khác cùng thời điểm đăng với bạn trên Instagram. Bạn cần phải theo dõi thời điểm nào người dùng hoạt động nhiều trên Instagram để lựa chọn thời gian đăng bài sao cho đạt được nhiều tương tác nhất có thể.

Một gợi ý dành cho bạn về thời điểm nên đăng ảnh lên Instagram đó là thời gian trước và sau khi tan sở, tan học và khoảng 2-3 giờ chiều các ngày trong tuần. Những thời điểm này, mọi người online nhiều trên các trang mạng xã hội nên sẽ tăng khả năng tương tác với các bài post của bạn trên Instagram.

11. Share hình ảnh lên các tài khoản mạng xã hội khác

Một trong những cách tốt nhất để xây dựng một cộng đồng lớn mạnh trên Instagram là bạn kết nối với mọi người trên toàn thế giới thông qua các trang mạng xã hội khác như Facebook, Twitter... những trang mạng xã hội này có lượng lớn người dùng và tương tác mỗi ngày. Vì vậy, bạn hãy chia sẻ hình ảnh của mình lên các mạng xã hội này để thu hút sự quan tâm, chú ý của mọi người đối với sản phẩm, dịch vụ và đồng thời, nâng cao khả năng nhận thức thương hiệu trong mắt công chúng.

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 2

Bạn có thể thu hút nhiều người theo dõi trang tài khoản Instagram của mình bằng những cách sau:

- Theo dõi nhiều người nhất có thể
- Tổ chức một cuộc thi trên Instagram
- Sử dụng các tính năng mới của Instagram như Instagram Stories, theo dõi Hashtag
- Thêm tài khoản Instagram vào phần chữ ký của Email
- Mua lượt theo dõi
- Tương tác với các tài khoản khác, với khách hàng bằng cách thả tim, bình luận vào hình ảnh, hay video của họ và sử dụng chính

hình ảnh của khách hàng để tạo niềm tin với những người dùng khác.

- Sử dụng Hashtags phổ biến như #instafollow, #followback, #love, #food, #beauty, #l4l (like for like), #f4f (follow for follow)... vào phần mô tả hay sử dụng ứng dụng Top tags for like for Instagram để dán 20-30 Hashtag nổi tiếng để nhiều người biết đến hơn khi họ tìm kiếm một thông tin gì đó bằng Hashtag.

- Sử dụng tag địa lý, gắn những địa điểm chính xác để người dùng dễ dàng thấy hình ảnh của bạn hơn

- Đăng ảnh thường xuyên nhưng không quá nhiều

- Bạn nên đăng ảnh lên Instagram đó là thời gian trước và sau khi tan sở, tan học và khoảng 2-3 giờ chiều các ngày trong tuần.

- Share hình ảnh lên các tài khoản mạng xã hội khác

Chương 3

Tương tác với cộng đồng

Như đã đề cập trong cuốn sách này, người theo dõi trang của bạn sẽ tăng với một mức độ đều đặn. Động lực cho bạn bắt đầu xây dựng cộng đồng phải được duy trì bằng mọi giá. Những hành động được duy trì đều đặn sẽ tạo ra được kết quả tốt sau này. Tưởng tượng trang Instagram là khu vườn của bạn thì việc nên làm hẳn là tỉa cành tưới cây, đều đặn từng ngày. Ngày qua ngày, bạn sẽ phải là con ong chăm chỉ để xây nên cộng đồng của mình.

Quay lại xem các ông lớn trên trang Instagram họ đang làm gì và họ không làm gì. Cách họ đối xử với cộng đồng của mình ra sao? Họ tương tác với người dùng thế nào. Họ đăng nội dung có giá trị nhiều lần trong ngày. Họ tích cực tương tác với những người theo dõi họ. Việc một trang thực sự quan tâm đến người dùng và đích thân tiếp cận tương tác lại với họ thì đó sẽ là một động lực rất lớn cho những người khác theo dõi lại trang của bạn.

Có nhiều cách để xây nên sự tương tác với người theo dõi hiện tại. Dưới đây sẽ là một vài cách cơ bản để bạn có thể thực hiện điều này!

1. Thích

Một cách dễ dàng nhất với một cú click chuột bạn có thể tương tác với người theo dõi của họ bằng cách like những bình luận mà họ đã đăng trên bài của bạn hoặc thậm chí là cả ảnh mà họ đã đăng. Khi bạn thích ảnh hay bình luận của họ, mọi người sẽ thấy việc bạn quan tâm đến việc trở thành một phần của cộng đồng. Hành động này sẽ không đưa ra bất cứ vấn đề thiệt hơn ngoại trừ bạn thu được cả tá cảm tình của người theo dõi.

2. Bình luận

Khởi động mọi thứ và kết nối sâu hơn với người dùng Instagram với việc trả lời bình luận trên trang của bạn và cả việc bình luận cho những bức ảnh được đăng bởi những người theo dõi bạn và những người bạn đang theo dõi. Khen ngợi hay cảm ơn bình luận của họ, chân thành trong cách trò chuyện và có thể tương tác sâu hơn bằng cách đề cập đến họ bằng cách gắn thẻ @username trong phần bình luận của bạn.

3. Chia sẻ

Bạn có thể chia sẻ hình ảnh của những người theo dõi trên trang mình, nhưng không nhất thiết bắt buộc bởi nội dung của trang cần có sự chọn lọc và tính xuyên suốt. Cách tốt nhất là chỉ chia sẻ nội dung nếu ảnh của họ có sản phẩm, thương hiệu hoặc dịch vụ của bạn trong đó. Đây là cách tuyệt vời để minh chứng rằng, bạn thật sự quan tâm đến những người như họ. Một ví dụ được đưa ra là MZ Book xuất bản sách về Digital Marketing, khi đó MZ Book có thể tận dụng những hình ảnh của khách hàng để up lên tài khoản trang của mình, việc này ngoài truyền thông cho cuốn sách còn tạo mối quan hệ với chủ nhân của bức ảnh – người đã theo dõi bạn. Vẹn cả đôi đường.

4. Nhắn gửi thông điệp

Sử dụng thông điệp để kêu gọi hành động đơn giản trong hình ảnh và mô tả của bạn sẽ khiến người theo dõi bài đăng của bạn và chia sẻ nó với những người mà họ cho rằng sẽ đồng ý với thông điệp mà bạn đưa ra. Nội dung này ít nhất phải có sự liên quan đến thương hiệu hoặc lĩnh vực của bạn. Nhớ kêu gọi hành động bằng những call to action đơn giản để thu hút thêm sự tham gia của những người theo dõi và bạn bè của họ.

5. Theo dõi

Theo dõi những trang cùng mảng với bạn là điều dĩ nhiên. Nhưng hãy theo dõi thêm những người theo dõi bạn. Đây là một cách quan tâm cũng như việc bạn có thể tương tác tới những người theo dõi bạn trên những bài viết của họ. Theo dõi hết những người theo dõi bạn dường như là điều rất khó khăn. Nhưng đừng quá lo lắng, một vài hành động tiêu biểu của bạn cũng đủ để cho khách hàng đánh giá điều này rồi.

6. Tin nhắn

Người theo dõi bạn sẽ muốn tương tác nhiều hơn với bạn và bạn nên trả lời hết những tin nhắn mà họ gửi đến. Việc tương tác này

có thể khiến bạn mất quá nhiều thời gian hay tạo ra sự khó chịu. Tuy nhiên, nên nhớ rằng những người theo dõi đến cuối cùng cũng có thể trở thành khách hàng của bạn. Quan trọng hơn là đừng quên kiểm tra những tin nhắn chờ trong hộp thư khác để chắc chắn rằng bạn không bỏ qua bất cứ một thông điệp nào của khách hàng khi họ không inbox và được kết nối trực tiếp với bạn.

7. Xây dựng nội dung Story Instagram

Tính năng này được làm nổi bật và hành động chủ yếu được ứng dụng là việc chụp ảnh màn hình các tin nhắn và họ nhận được từ những người theo dõi họ. Điều này khuyến khích khách hàng, cổ vũ họ tham gia vào cộng đồng, tương tác nhiều hơn với trang của bạn. Đồng thời nó cũng chỉ ra được review về sản phẩm, dịch vụ của bạn, tạo niềm tin tiêu dùng sản phẩm dịch vụ với những khách hàng tiềm năng khác.

8. Cuộc thi đi kèm quà tặng

Đây là một cách khá hay, kích thích sự tăng trưởng tốt nếu biết sử dụng đúng cách và áp dụng có hiệu quả. Không có gì yêu thích hơn sự miễn phí. Điều này giúp làm tăng tương tác, giúp nhận thức rõ hơn về thương hiệu của bạn và phần quà chính là sản phẩm dịch vụ của bạn cũng là một ý hay. Một mũi tên trúng hai đích, và mỡ nó rán nó.

Tuy nhiên, cách này không thể áp dụng khi bạn mới lập Instagram mà phải chờ đợi đến thời cơ tốt, ít nhất cũng phải có 1.000 người theo dõi trang bạn, chứ nếu không ai sẽ là người tương tác với nội dung của bạn khi tập đối tượng mục tiêu, ở đây là người theo dõi chưa tồn tại, hay tồn tại quá ít.

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 3

Một vài cách cơ bản để bạn có thể xây nên sự tương tác với người theo dõi hiện tại:

- Một cách dễ dàng nhất với một cú click chuột bạn có thể tương tác với người theo dõi của họ bằng cách like những bình luận mà họ đã đăng trên bài của bạn hoặc thậm chí là cả ảnh mà họ đã đăng.
- Bạn nên trả lời bình luận trên trang Instagram của mình và cả việc bình luận cho những bức ảnh được đăng bởi những người theo dõi bạn và những người bạn đang theo dõi.

- Bạn có thể chia sẻ hình ảnh của những người theo dõi trên trang mình nhưng nên chia sẻ những nội dung mà hình ảnh của họ có sản phẩm, thương hiệu hoặc dịch vụ của bạn trong đó.

- Sử dụng thông điệp để kêu gọi hành động đơn giản trong hình ảnh và mô tả và hãy nhớ kêu gọi hành động bằng những call to action để thu hút thêm sự tham gia của những người theo dõi và bạn bè của họ.

- Theo dõi những trang cùng mảng với bạn là điều dĩ nhiên. Nhưng hãy theo dõi thêm những người theo dõi bạn.

- Người theo dõi bạn sẽ muốn tương tác nhiều hơn với bạn và bạn nên trả lời hết những tin nhắn mà họ gửi đến.

- Xây dựng nội dung Story Instagram

- Cuộc thi đi kèm quà tặng là một cách khá hay ho, kích thích sự tăng trưởng tốt nếu biết sử dụng đúng cách và áp dụng có hiệu quả.

Chương 4

Thời gian đăng bài phù hợp

1. Thời gian đăng bài phù hợp

Có thể không khó để bạn nhận ra thời điểm đăng bài quyết định rất nhiều đến tỷ lệ tương tác và chuyển đổi của bạn. Thời điểm đăng bài sáng sớm sẽ khác với buổi chiều giờ tan tầm và cũng sẽ khác với lúc nửa đêm về hiệu quả của bài post đó. Khi bạn thiết lập giờ đăng hãy tính toán và đánh giá kỹ khung giờ của mình, và nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu, hành vi của họ như thế nào. Nếu bạn đánh vào đối tượng dân văn phòng sẽ khác với bạn đánh vào đối tượng coder, đặc biệt nếu tập khách hàng của bạn có chứa nhóm người nước ngoài lại càng phải chú ý hơn không chỉ về hành vi thời điểm mà còn là vấn đề về múi giờ.

Nhất quán trong bài đăng không chỉ thể hiện ở phong cách, style hình ảnh, thông điệp truyền tải mà còn là khối lượng bài đăng. Việc chia ra những khoảng thời gian phù hợp tiếp cận những hình ảnh cố định sẽ là chìa khóa cho bạn giải quyết vấn đề này. Nếu bạn đang đăng nhiều hình ảnh cùng một lúc là bạn đang tự làm hại thương hiệu của mình theo cách riêng của bạn.

Số lượng bài đăng phù hợp nhất là 2-4 bài đăng một ngày với những khoảng thời gian bạn nghiên cứu dựa vào đối tượng khách hàng mục tiêu. Bạn sẽ phải thử nghiệm với các khoảng thời gian trong ngày để tìm ra thời điểm tốt nhất đăng bài của bạn với nhiều lượt theo dõi mới, tỷ lệ tương tác cao với hình ảnh của bạn. Các bài đăng phải có khoảng cách đồng đều, ít nhất 4 giờ cho một bài đăng tiếp theo sau khi đăng bài đăng đầu tiên.

Nếu bạn để hai bài đăng cùng một lúc thì lượt tiếp cận có thể giữ nguyên nhưng lượt tương tác giảm đi rất nhiều bởi khi đã tương tác một bài cùng thương hiệu thì họ sẽ hạn chế tương tác một bài

tiếp theo nữa.

Nếu bạn đăng quá nhiều bài đăng trong một ngày thì đó là cách bạn đang tự chui đầu vào để khuyến khích người xem unfollow bạn, bởi việc đăng tải quá nhiều này họ sẽ nghĩ bạn đang spam và áp đảo hết những bài đăng khác mà họ cũng muốn nhìn thấy từ bạn bè và thương hiệu khác họ quan tâm. Khi trang của bạn trở nên lớn hơn, bạn có thể từ từ thử nghiệm đăng bài thường xuyên hơn.

Việc nghiên cứu và thử nghiệm để chọn thời gian đăng bài không phải là việc làm lãng phí. Và việc này cũng cần phải được thực hiện thường xuyên để xác định thời gian tốt nhất bạn nên đăng. Bởi có quá nhiều biến để xác định khoảng thời gian này, do vậy chỉ một tiêu chí thay đổi thì cũng sẽ thay đổi toàn bộ những gì mà bạn đã từng nghiên cứu trước đó.

2. Ứng dụng hỗ trợ

Những gì được gợi ý trong đề mục lần này là công cụ Iconosquare. Đó là một công cụ cực kỳ hữu ích cho Instagram, là nền tảng phân tích chuyên dụng để đào sâu việc phân tích đánh giá các nội dung của bạn trên Instagram. Bạn có 14 ngày cho việc dùng thử công cụ này trước khi mua bản quyền để dùng nó.

Với Iconosquare bạn có thể theo dõi các dữ liệu thường xuyên hơn về những người theo dõi, lượt thích bao gồm các thống kê cụ thể về cả vị trí, mức độ ảnh hưởng của phương tiện truyền thông xã hội đến họ. Bằng cách này bạn có thể xác định được người theo dõi bạn có ảnh hưởng nhất đến bạn và khám phá ra những cơ hội mới thông qua người theo dõi để tiếp cận cộng đồng. Đồng thời nó còn giúp bạn cải thiện sự kết nối với người theo dõi bằng cách cung cấp cho bạn Insign hoặc gợi ý hình ảnh, nội dung bài đăng dựa trên những gì người theo dõi bạn thích.

Ứng dụng ghi lại thời gian đăng của bạn và thể hiện mức độ tương tác của người xem trong khoảng 24 giờ. Bạn có thể tự mình đưa ra đánh giá sau khi xem số liệu cung cấp về ngày nào tốt, thời điểm nào mang lại lượt tương tác cao, thời điểm nào nên hạn chế đăng bài, khoảng cách như thế nào là hợp lý để đưa bài đăng lên. Có thể kể đến một vài tính năng của công cụ này như sau:

- Theo dõi hiệu suất – Hiểu các chỉ số xã hội, bao gồm tỷ lệ tương tác, dữ liệu nhân khẩu học và hiệu suất nội dung.
- Lập kế hoạch nội dung – Quản lý nội dung của bạn, lên lịch cho

các bài đăng, bản nháp và tự động đăng bài.

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 4

- Số lượng bài đăng phù hợp nhất là 2-4 bài đăng một ngày với những khoảng thời gian bạn nghiên cứu dựa vào đối tượng khách hàng mục tiêu. Bạn sẽ phải thử nghiệm với các khoảng thời gian trong ngày để tìm ra thời điểm tốt nhất đăng bài của bạn với nhiều lượt theo dõi mới, tỷ lệ tương tác cao với hình ảnh của bạn. Các bài đăng phải có khoảng cách đồng đều, ít nhất 4 giờ cho một bài đăng tiếp theo sau khi đăng bài đăng đầu tiên.

- Việc nghiên cứu và thử nghiệm để chọn thời gian đăng bài không phải là việc làm lãng phí. Và việc này cũng cần phải được thực hiện thường xuyên để xác định thời gian tốt nhất bạn nên đăng. Bởi có quá nhiều biến để xác định khoảng thời gian này, do vậy chỉ một tiêu chí thay đổi thì cũng sẽ thay đổi toàn bộ những gì mà bạn đã từng nghiên cứu trước đó.

- Ứng dụng phần mềm Iconosquare - một công cụ cực kỳ hữu ích cho Instagram, nền tảng phân tích chuyên dụng để đào sâu việc phân tích đánh giá các nội dung của bạn trên Instagram. Bạn có 14 ngày cho việc dùng thử công cụ này trước khi mua bản quyền để dùng nó.

Chương 5

Sử dụng Influencer trong chiến dịch truyền thông

Với hầu hết người mới, khi bắt đầu xây dựng thương hiệu riêng cho mình từ những trang bán hàng nhỏ, mục tiêu của bạn là thu hút được người xem, người theo dõi bạn để xây dựng cộng đồng cho riêng mình. Việc đầu tiên cần làm hiện tại chính là tăng mức độ hiển thị của thương hiệu bạn đến với nhiều người hơn. Càng nhiều người truy cập vào trang của bạn thì càng có nhiều lượt theo dõi. Hình ảnh hấp dẫn, nội dung hay chỉ giải quyết được việc giữ chân khách hàng và điều hướng khách hàng của mình đi đến hành vi cuối cùng mà bạn mong muốn. Còn việc tăng lượt theo dõi, lượt truy cập vào trang của bạn lại là việc khác, và chiến lược mạnh mẽ để thực hiện điều này chính là tận dụng sức mạnh đến từ Influencer.

Đây là cách có thể xem là cơ bản nhất, dễ dàng nhất mà bạn có thể quảng bá được sản phẩm của mình. Chỉ cần kết nối với Instagram Influencer và trả tiền hoặc trao đổi giá trị để đăng ảnh chụp màn hình trang hoặc chia sẻ bài đăng với sản phẩm của bạn cùng với gợi ý cá nhân nên theo dõi trang hay dùng thử sản phẩm là bạn đã có thể giải quyết được bài toán khó nhằn cần xử lý.

1. Theo dõi và truyền thông chéo

Một trong những cách phổ biến mà mọi người xây dựng cộng đồng của họ trên Instagram là sử dụng những lời cảm ơn, lời chia sẻ đến từ người khác đổi lại cho những lời chia sẻ ngay trên trang của mình. Về cơ bản là bạn đang có sự hợp tác cùng với một tài khoản Instagram khác với mục tiêu khai thác cộng đồng của họ để tạo nên thương hiệu cho mình, tăng khả năng hiển thị thương hiệu và cả việc thu hút thêm người mới và ngược lại. Ngoài ra, nhờ

hình ảnh trực quan cao, bạn muốn tạo ra một chú thích hấp dẫn lôi kéo người đọc ghé thăm trang của bạn và theo dõi bạn, do vậy đừng quên đảm bảo tên bạn không quá dài để người dùng có thể xem được tên bạn và tìm kiếm mà không phải click vào để xem cụ thể.

Khi bạn thực hiện theo dõi và truyền thông chéo như thế này thì nền tảng cốt lõi để có thể thúc đẩy và giữ vững mối quan hệ này chính là việc trao đổi những giá trị bằng nhau để có thể hưởng lợi như nhau. Một ví dụ được đưa ra là nếu bạn đang có 5.000 người theo dõi, trong khi đó đối tác của bạn đang ở ngưỡng 10.000 người theo dõi thì việc của bạn sẽ cần phải thực hiện gấp đôi số bài post dự kiến của đối tác, bởi mỗi lần đăng thì lượt tiếp cận của trên mỗi bài đăng của bạn chỉ bằng một nửa của họ.

Lời khuyên cho bạn là nên liên kết với các trang có số lượt người theo dõi nhiều gấp 2-3 lần số lượt người theo dõi của họ. Nó sẽ cho phép bạn phát triển được số lượng người theo dõi một cách nhanh chóng.

Khi bạn có mối quan hệ đối tác phù hợp, những lời chào mừng của bạn có thể là một cách cực kỳ hiệu quả để tăng khả năng hiển thị trang của bạn và tăng cơ sở người theo dõi của bạn một cách nhanh chóng. Điều đó có nghĩa là sẽ có một cách để mở rộng phạm vi tiếp cận của bạn mà không cần tăng quá nhiều công sức, nỗ lực của bạn của bạn.

2. Liên kết thành nhóm

Việc trao đổi lợi ích không chỉ giữa hai người với nhau mà thành một cộng đồng thì độ phủ của nó phải lớn đến nhường nào. Nhân lên sự tiếp cận người dùng bằng cách trao đổi lợi ích giữa mọi người trong nhóm, với các nhóm khác nhau. Về cơ bản, mọi người sẽ liên kết với nhau và cùng truyền tải thông điệp, khai thác lượng follow của nhau.

Tuy nhiên, sự phát triển của chúng cũng gây hại cho sự phát triển của chính bạn, chính thương hiệu của bạn nếu bạn sử dụng chúng thường xuyên và bất cần. Để rồi một ngày trang của bạn chỉ toàn những thông tin giới thiệu của người khác mà mất đi diện tích để truyền tải thông điệp nhãn hàng của bạn. Họ theo dõi bạn là chọn theo dõi về nội dung mà bạn truyền tải chứ không phải là sự gợi ý, truyền tải thông điệp của người khác. Có thể bạn sẽ mất khá khá lượt theo dõi nếu làm quá lên vấn đề này.

Bạn hoàn toàn có thể bị cám dỗ về điều này, và khi hoàn thành thì có thể tổn thương cũng sẽ nghiêng về phía bạn. Vậy nên, đừng quên việc luôn luôn gửi đến những giá trị tới cộng đồng và cân nhắc thiệt hơn giữa người xem hiện tại của bạn với lợi ích bạn nhận được trong tương lai trước khi bạn bắt tay vào thiết lập mối quan hệ với trong việc trao đổi, giới thiệu, truyền thông chéo.

3. Sử dụng Instagram Influencer

Đơn giản hơn cho sự lo lắng về nội dung là bạn có thể trả tiền cho chính Instagram Influencer để quảng bá cho trang của bạn. Bạn sẽ không phải đau đầu về vấn đề nội dung, về vấn đề truyền thông chéo mà quay sang lo lắng về vấn đề ngân sách. Nó có hiệu quả, vẫn đáng đúng không nào!

Việc này yêu cầu đầu tư thực tế, bạn sẽ mua một nội dung từ một trang cùng tập khách hàng và lớn hơn nhiều so với bạn và yêu cầu hiển thị nội dung của bạn lên trang của họ. Hay đơn giản hơn là bạn đang mua nội dung và hiển thị từ Instagram Influencer đó. Với cách này bạn có thể bảo vệ được thương hiệu của bạn vì bạn không có nghĩa vụ chia sẻ nội dung của người dùng Instagram khác bởi nó đã được thay thế bằng tiền. Dưới đây là một số gợi ý tạo nội dung cho các Influencer:

- Chụp ảnh màn hình trang của bạn cùng bao gồm cả những hình ảnh bạn update gần nhất và giới thiệu trên trang của họ kèm chú thích cho những người theo dõi của bạn.
- Sao chép bài viết gốc của bạn và giới thiệu về bạn trên trang của họ, nói với người theo dõi họ hãy theo dõi bạn bởi nó rất hay ho.
- Ảnh chụp sản phẩm, thương hiệu của bạn và review về sản phẩm thương hiệu đó, đính kèm là thông tin tài khoản của bạn để những người theo dõi họ đặt mua được sản phẩm của bạn.
- Đăng nội dung lên Instagram Story.
- Lên nội dung video yêu cầu mọi người theo dõi bạn lên Instagram của họ.

Khi sử dụng cách thức này hãy lựa chọn Instagram Influencer phù hợp với các tiêu chí như có cùng tập người theo dõi mục tiêu, có lượt theo dõi lớn ít nhất là phải trên 100.000 người và cả việc tỷ lệ tương tác trên trang cao.

Một tip nhỏ cho bạn là khi bài đăng trên trang Influencer được

xuất bản thì bạn nên tạo ra một bài đăng ngay sau đó, bạn sẽ nhận được rất nhiều lượt theo dõi mới từ chính tài khoản Instagram Influencer giới thiệu.

Khả năng thực thi các chiến lược truyền thông của bạn phụ thuộc vào khả năng kết nối và hợp tác với đúng đối tượng Influencer. Họ có sẵn sàng quảng bá sản phẩm dịch vụ của bạn không? Họ đã từng quảng bá sản phẩm dịch vụ nào chưa? Có sản phẩm nào của đối thủ và họ đã quảng bá chưa? Trả lời hết những câu hỏi này thì nó chính là định hướng dành cho bạn.

4. Tìm kiếm và lựa chọn Influencer

Trước khi đánh giá được trang Influencer và lựa chọn cho riêng mình thì hãy khám phá xem họ có cỡ mở không, có thân thiện không, có phù hợp để truyền tải thông điệp không? Điều này cực kỳ quan trọng vì nó có ảnh hưởng đến kết quả của chiến lược truyền thông của bạn.

Tuy nhiên, nếu ở thị trường Việt Nam thì bạn không nên đầu tư vào kênh này quá mức, vì mức độ phổ biến của nó trong hiệu quả dùng Influencer vẫn đứng sau Facebook. Hãy đặt mình vào vị trí của khách hàng và nghiên cứu xem hành vi của họ như thế nào, họ chú trọng kênh nào và đâu sẽ là hướng đi cho bạn.

Các trang với số lượng theo dõi ít sẽ phù hợp cho loại hình truyền thông chéo vì nó có kích thước tương tự với trang của bạn. Hoặc bạn cũng có thể dùng các trang với số lượng nhỏ để test thử hiệu quả của nội dung trước khi đổ tiền vào quảng bá sản phẩm dịch vụ bằng Influencer với số lượng theo dõi khủng và mức ngân sách cao trên trời. Dưới đây là một vài lưu ý nhỏ để bạn đánh giá về kênh Influencer mà bạn có thể sắp sử dụng.

Lượt like trung bình

Tính trung bình lượt like của 10 post gần nhất chia cho tổng số người theo dõi. Nếu con số khoảng 1.5-2% sẽ là con số ấn tượng nếu trang Instagram này có hơn 1 triệu lượt người theo dõi. Còn đối với trang có số lượt theo dõi thấp hơn thì tỷ lệ % này còn cao hơn nhiều, rơi vào khoảng 3-7%. Bất cứ số liệu nào thu được thấp hơn con số được thống kê ở trên thì trang Instagram đó được đánh giá là không hiệu quả.

Lượt tài trợ trên trang

Nếu bạn thấy quá nhiều quảng cáo trên chính trang Instagram

Influencer thì hãy tránh xa chúng, bởi trang này đang tiếp cận và làm phiền nhiều người theo dõi của họ. Điều này có thể tác động tiêu cực lên thương hiệu của bạn và sẽ làm giảm tỷ lệ tương tác của quảng cáo.

Theo dõi lượt tăng trưởng trong 30 ngày

Không ném tiền ra mà không hiểu rõ về đối tượng. Do vậy trước khi chịu đổ tiền vào Influencer hãy đánh giá xem họ là ai, họ như thế nào. Hãy kiểm tra hoạt động tăng trưởng trong thời gian gần đây có đều và ổn định không, có dấu hiệu mua lượt theo dõi không.

Lượt theo dõi của trang hay tổng lượt theo dõi trên kênh

Khi liên hệ hãy xem xét xem lượt tiếp cận tới 1 triệu người dùng là số lượng người theo dõi trên một trang hay tổng số lượng người theo dõi trên cả chanel của họ. Điều này khác nhau hoàn toàn, kể cả về kết quả. Việc tiếp cận nhiều nhóm nhỏ có thể bạn đang trả thêm tiền để tiếp cận cùng một nhóm người. Và điều này chưa bao giờ có kết quả tốt trong các chiến lược marketing được triển khai nhất là trên kênh Instagram.

Lựa chọn trang

Họ có nhiều trang cùng một chủ đề, nhưng cũng như trên bạn hãy chọn và chăm chỉ tập trung vào trang phù hợp với đối tượng mục tiêu của bạn nhất và có lượt theo dõi cao nhất.

Hoạt động của trang

Hãy xem xét trang của bạn với những bài đăng gần nhất xem thời điểm đăng bài của những bài đăng đây là bao giờ, khoảng cách của các bài đăng đây ra sao? Nếu những bài viết gần nhất là cũ với khoảng thời gian 1 tuần đổ về trước thì tạm thời xem tài khoản đây là không hoạt động. Và ngược lại, với 3 bài đăng gần nhất trong khoảng 24 giờ thì đó là dấu hiệu của hoạt động cao.

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 5

Sử dụng Influencer trong chiến dịch truyền thông có thể xem là cách cơ bản nhất, dễ dàng nhất bạn có thể quảng bá được sản phẩm của mình. Chỉ cần kết nối với Instagram Influencer và trả tiền hoặc trao đổi giá trị để đăng ảnh chụp màn hình trang hoặc chia sẻ bài đăng với sản phẩm của bạn cùng với gợi ý cá nhân nên theo dõi trang hay dùng thử sản phẩm là bạn đã có thể giải quyết

được bài toán khó nhân cần xử lý.

- Theo dõi và truyền thông chéo: Bạn nên tạo sự hợp tác cùng với một vài tài khoản Instagram khác với mục tiêu khai thác cộng đồng của họ để tạo nên thương hiệu cho mình, tăng khả năng hiển thị thương hiệu và cả việc thu hút thêm người mới và ngược lại.

- Liên kết thành nhóm: Nhân lên sự tiếp cận người dùng bằng cách trao đổi lợi ích giữa mọi người trong nhóm, với các nhóm khác nhau. Hiểu một cách đơn giản là mọi người sẽ liên kết với nhau và cùng truyền tải thông điệp, khai thác lượng follow của nhau.

- Sử dụng Instagram Influencer: Khi sử dụng cách thức này hãy lựa chọn Instagram Influencer phù hợp với các tiêu chí như có cùng tập người theo dõi mục tiêu, có lượt theo dõi lớn ít nhất là phải trên 100.000 người và cả việc tỷ lệ tương tác trên trang cao.

- Một vài lưu ý nhỏ đánh giá về kênh Influencer để bạn có thể tìm kiếm và lựa chọn tài khoản Instagram Influencer sao cho đem lại hiệu quả truyền thông tốt nhất:

- Tính trung bình lượt like của 10 post gần nhất chia cho tổng số người theo dõi.

- Nếu bạn thấy quá nhiều quảng cáo trên chính trang Instagram Influencer thì hãy tránh xa chúng, bởi trang này đang tiếp cận và làm phiền nhiều người theo dõi của họ.

- Hãy kiểm tra hoạt động tăng trưởng trong thời gian gần đây có đều và ổn định không, có dấu hiệu mua lượt theo dõi không.

- Khi liên hệ hãy xem xét xem lượt tiếp cận tới 1 triệu người dùng là số lượng người theo dõi trên một trang hay tổng số lượng người theo dõi trên cả chanel của họ.

- Hãy chọn tập trung vào trang phù hợp với đối tượng mục tiêu của bạn nhất và có lượt theo dõi cao nhất.

- Hãy xem xét trang của bạn với những bài đăng gần nhất xem thời điểm đăng bài của những bài đăng đấy là bao giờ, khoảng cách của các bài đăng đấy ra sao?

Chương 6

Growth Hacking với những cú nhấp chuột

Hành trình biến người theo dõi thành người mua hàng sẽ rất gian nan. Và càng gian nan hơn khi những cú click chuột đến trang đích bị hạn chế trên nền tảng Instagram.

1. Gian nan với những cú click chuột

Tất cả các nền tảng truyền thông bất kỳ bạn có thể dễ dàng đặt link trang web bán hàng hoặc blog của bạn để điều hướng khách hàng hành động click truy cập website hay blog đó trên một tab mới hoặc một cửa sổ mới. Nhưng với Instagram, bạn sẽ mất đi đặc quyền này. Tất cả những đường link đính kèm đều sẽ không hoạt động trên Instagram trừ những đường link nằm trong phần tiểu sử của bạn. Thậm chí, phần tiểu sử cũng bị hạn chế về tổng số đường link có thể gắn vào. Và bạn không cần phải lo lắng nhiều, bởi lúc này những tương tác với người theo dõi sẽ nhiều lên và chân thực hơn.

Tuy nhiên, không có nhấp chuột sau có chuyển đổi mua hàng? Làm thế nào bạn có thể điều hướng được khách hàng tới trang đích của bạn? Câu trả lời là điều hướng khách hàng chú ý đến tiểu sử của bạn và bạn đặt link của trang đích trong phần tiểu sử đầy hoặc dùng mã QR code. Có một số gợi ý cho bạn trong phần đặt link này như sau:

Đặt link vào phần tiểu sử và bạn cần tối ưu tiểu sử của mình để có thể tối đa hóa chuyển đổi về trang đích của mình được đính kèm trong phần tiểu sử.

Khi viết tiểu sử của bạn, hãy bắt đầu bằng câu hỏi tại sao. Bạn tới

ưu tiêu sử của mình bằng cách đồng điều nó với quảng cáo của bạn, cho người xem thấy được lợi ích nổi bật của sản phẩm bạn đang quảng cáo, và cả việc Call to Action hướng khách hàng click vào link để đi đến trang đích của bạn.

Bạn không cần phải đưa ra mô tả của mình quá dài. Trên thực tế, nếu nội dung dài nó sẽ ẩn đi link liên kết của bạn và giảm lưu lượng truy cập nếu liên kết này của bạn phải lướt màn hình xuống dưới mới thấy được.

Một lưu ý nữa là link liên kết phải là thứ liên quan đến thương hiệu và sản phẩm của bạn hoặc ít nhất cũng phải liên quan đến sản phẩm của bạn. Việc này làm tăng một cách đáng kể tỷ lệ nhấp chuột bởi mọi người đều biết chính xác những gì họ sẽ nhận được khi họ click vào link liên kết đó.

Bạn dùng Instagram Influencer và trả tiền cho việc đặt link liên kết trong tiểu sử của họ.

Điều này dường như khó khăn bởi họ sẽ không thích thú việc này bằng bài post bởi nó ảnh hưởng rất lớn đến diện tích để mô tả, tiểu sử của họ. Nhưng bạn có thể cân nhắc để bỏ ra thêm một khoản tiền bởi hiệu quả bạn thu được lớn hơn nhiều.

Những đường link này sẽ khó có thể đo lường được lượt click trên các công cụ truyền thống. Nếu đo lường lượt tương tác, click bạn có thể dùng các link rút gọn, đăng ký tài khoản và đo lường chuyển đổi bằng các công cụ đó.

Một dịch vụ được giới thiệu đến bạn là dịch vụ miễn phí rút gọn link: <http://link.mzg.vn/user> được phát triển bởi MZG. Bạn có thể truy cập bằng mã QR code sau:



Với dịch vụ này, khi tạo tài khoản cho riêng mình, nó cho phép bạn dễ dàng theo dõi số lượng truy cập bạn nhận được từ

Instagram.

Up ảnh mã QR code

Điều này khá khả thi, nhưng nó vẫn có bất tiện cho người dùng khi mã QR code được tải lên, người dùng sẽ phải yêu cầu truy cập từ một thiết bị mới, hoặc người dùng sẽ phải chụp lại ảnh màn hình và truy cập từ ảnh đó.

2. Chỉ số đánh giá

Dưới đây là một số chỉ số đánh giá về hiệu quả cho những liên kết trong phần tiểu sử.

- **Follower to traffic Ratio - FTR:** Tổng số lần click vào liên kết mà bạn nhận được chia cho tổng số người theo dõi. Đây là chỉ số sẽ hệ thống cho bạn thấy tình trạng của trang như thế nào, xấu hay tốt. Nhờ vậy bạn có thể cải thiện các yếu tố ảnh hưởng nếu bạn tiếp tục làm việc trên nền tảng Instagram.
- **Conversion Rate - CR:** Tỷ lệ chuyển đổi là tổng số lượt mua hàng chia cho tổng lượng traffic vào trang hay sản phẩm đó.
- **Cost per visitor - CPV:** Chi phí cho mỗi lượt ghé thăm là tổng chi phí đã chi chia cho tổng traffic vào website của bạn.
- **Profit Multiplier:** Hệ số lợi nhuận là tổng doanh thu chia cho tổng chi phí quảng cáo.
- **Image/Caption Performance:** Hiệu suất của hình ảnh hay mô tả là tổng số lượt thích và bình luận
- **Length of promotion:** Thời lượng quảng cáo là số giờ, số ngày, số tháng bạn tiến hành chạy chiến dịch quảng cáo.

TÓM TẮT PHẦN IV CHƯƠNG 6

Tất cả những đường link đính kèm đều sẽ không hoạt động trên Instagram trừ những đường link nằm trong phần tiểu sử của bạn. Một vài gợi ý cho bạn trong phần đặt link dưới đây sẽ giúp bạn điều hướng khách hàng hành động click truy cập website hay blog đó trên một tab mới hoặc một cửa sổ mới.

- Đặt link vào phần tiểu sử và bạn cần tối ưu tiểu sử của mình để có thể tối đa hóa chuyển đổi về trang đích của mình được đính kèm trong phần tiểu sử.

- Bạn dùng Instagram Influencer và trả tiền cho việc đặt link liên kết trong tiểu sử của họ.

Một số chỉ số đánh giá về hiệu quả cho những liên kết trong phần tiểu sử.

- Follower to traffic Ratio – FTR: Đây là chỉ số sẽ hệ thống cho bạn thấy tình trạng của trang như thế nào, xấu hay tốt.

- Conversion Rate – CR: Tỷ lệ chuyển đổi

- Cost per visitor – CPV: Chi phí cho mỗi lượt ghé thăm

- Profit Multiplier: Hệ số lợi nhuận

- Image/Caption Performance: Hiệu suất của hình ảnh hay mô tả

- Length of promotion: Thời lượng quảng cáo

PHẦN V

QUẢNG CÁO

Quảng cáo trên Instagram sẽ hiển thị trong bảng tin Instagram của mọi người cùng với hình ảnh video mà các tài khoản Instagram khác mà bạn theo dõi, chia sẻ.

Tất cả quảng cáo đều được gắn biểu tượng Được tài trợ ở trên cùng bên phải. Khi nhấp vào biểu tượng menu, bạn sẽ thấy các tùy chọn ẩn quảng cáo hoặc tìm hiểu thêm về quảng cáo trên Instagram. Quảng cáo cũng có thể chứa nút Call to action ở cuối. Nút này sẽ được tô sáng sau khi người dùng di chuột qua quảng cáo trong 3 giây. Nút kêu gọi hành động sẽ thay đổi dựa trên mục tiêu kinh doanh. Chú thích của quảng cáo cũng được xuất hiện bên dưới hình ảnh.

Chương 1

Tạo quảng cáo Instagram

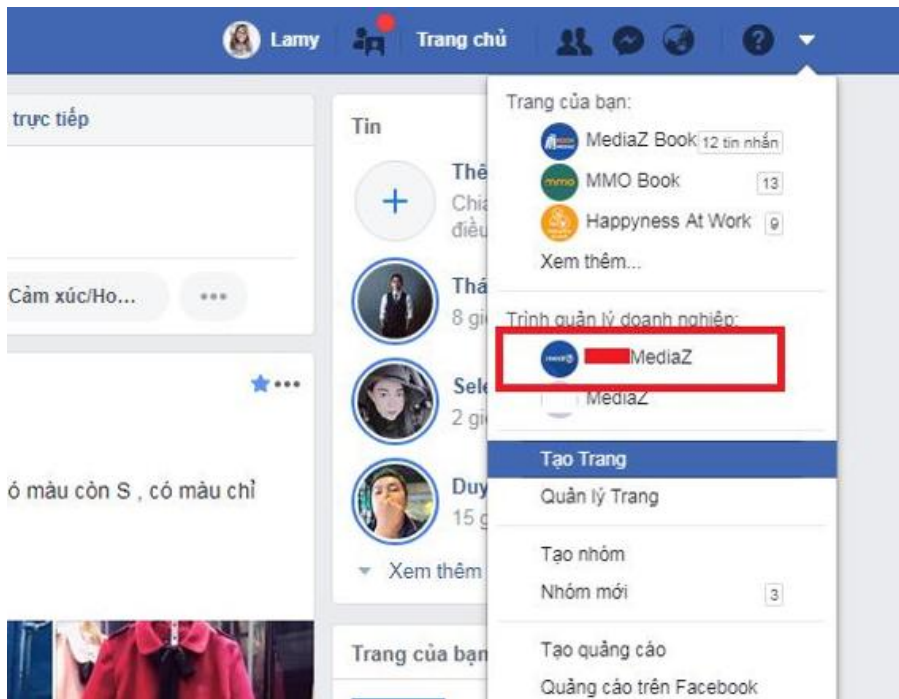
Bắt đầu từ năm 2017, Instagram đã bắt đầu liên kết với tài khoản Facebook, điều này có nghĩa là bạn muốn chạy được quảng cáo trên Instagram thì trước hết bạn phải có tài khoản Facebook Ads. Về cơ bản quảng cáo trên Instagram có cách tạo giống hệt với quảng cáo trên Facebook chỉ khác ở vị trí quảng cáo, cách tạo và quản lý tài khoản Facebook Ads cũng như việc liên kết tài khoản Facebook với Instagram bạn có thể tham khảo trong cuốn *Facebook Marketing 4.0* của MediaZ.

1. Cách thêm tài khoản Instagram vào trình quản lý doanh nghiệp

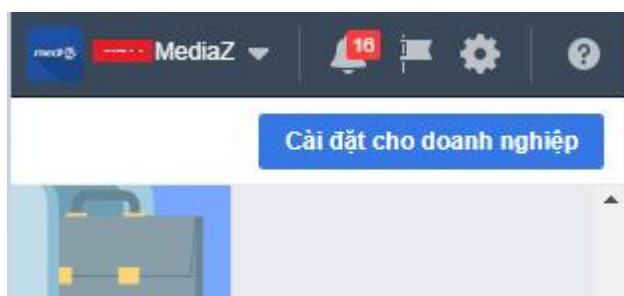
Thêm tài khoản Instagram có sẵn

Để thêm tài khoản Instagram vào trình quản lý doanh nghiệp bạn có thể làm theo các bước sau:

- Bước 1: Đăng nhập vào trình quản lý doanh nghiệp



- Bước 2: Ở bên trái trang, nhấp vào **cài đặt doanh nghiệp**



Chọn **tài khoản Instagram** trong phần mục tài khoản

Cài đặt cho doanh nghiệp

Người dùng

Thành viên

Đối tác

Tài khoản

Trang

Tài khoản quảng cáo

Ứng dụng

Tài khoản Instagram

Ngành kinh doanh

Dự án

Người dữ liệu

Sự an toàn của thương hiệu

Registrations

Thành

Lọc theo

AM

AA

HM

HM

HC

LB

LA

- Bước 3: Nhấp vào xác nhận tài khoản Instagram mới



MediaZ chưa có bất kỳ tài khoản Instagram nào.

+ Thêm

Quản lý tài khoản Instagram của bạn

Tất cả các tài khoản Facebook, Instagram bạn đã thêm vào Trình quản lý doanh nghiệp sẽ được liệt kê tại đây.

Đăng nhập user và pass của tài khoản Instagram của bạn

Thêm tài khoản Instagram



Nhập tên người dùng và mật khẩu cho tài khoản Instagram của bạn.

Bước 1/2

Hủy

Tiếp

By clicking Next, you agree to our Terms, Data Policy and Cookies Policy.

Lựa chọn tài khoản quảng cáo mà bạn muốn tài khoản đó có thể liên kết và truy cập được tài khoản Instagram. Chỉ những người có quyền truy cập vào những tài khoản quảng cáo này mới có thể sử dụng tài khoản Instagram này.

Chỉ định tài khoản quảng cáo



Chọn tài khoản quảng cáo bạn muốn @mediazbook truy cập khi quảng cáo trên Instagram. Chỉ những người có quyền truy cập vào những tài khoản quảng cáo này mới có thể sử dụng tài khoản Instagram này.

Lọc theo:

Tất cả dự án

☐

Tài khoản quảng cáo (10)

Tổng đã chọn: 0

☐

 NDT - 003 -

☐

 NDT 005 -

Từ giờ, khi truy cập **Tài khoản Instagram** từ cài đặt bạn sẽ nhìn thấy tất cả các tài khoản Instagram mà mình đã thêm cũng như bất kỳ tài khoản quảng cáo nào được cho phép sử dụng tài khoản

Instagram.

Tạo tài khoản Instagram và thêm mới vào trang quản lý quảng cáo

- Bước 1: Truy cập trang Facebook của bạn

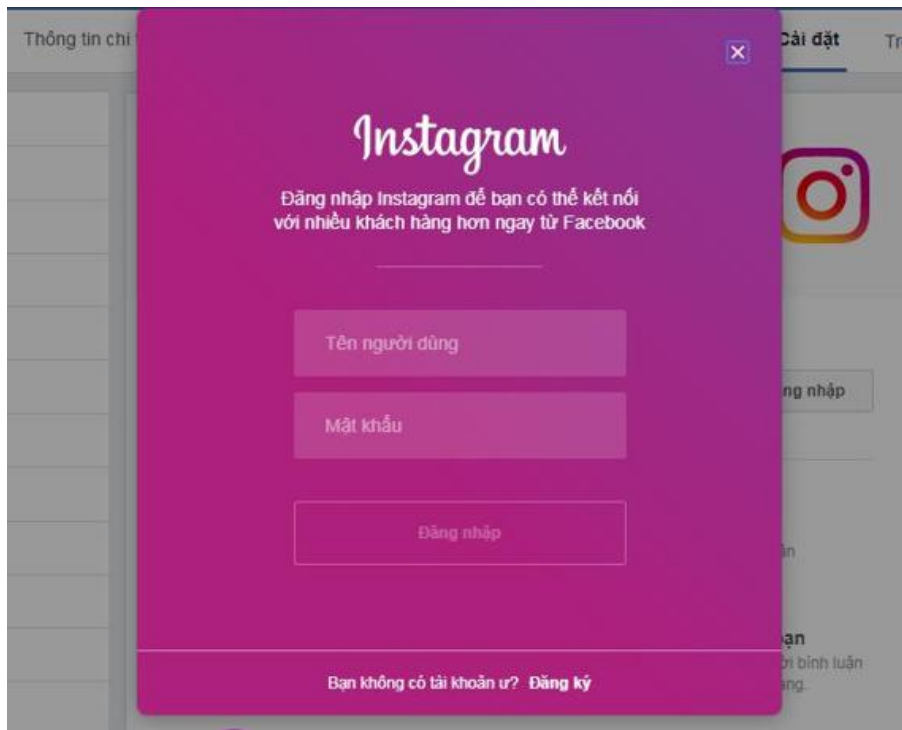
- Bước 2: Click vào phần cài đặt quảng cáo ở trên cùng bên phải của trang, chọn Instagram



- Bước 3: Thêm Instagram để bắt đầu bằng cách click vào đăng nhập



Click vào Đăng ký để tạo tài khoản Instagram mới.



- Bước 4: Điền các chi tiết của tài khoản mới và nhấn vào xác nhận
- Bước 5: Email sẽ được gửi tới địa chỉ Email được chỉ định. Hãy làm theo hướng dẫn trong email để đặt mật khẩu cho tài khoản Instagram mới của bạn.

Giờ đây bạn sẽ có tài khoản Instagram được kết nối với trang Facebook của mình. Bất cứ khi nào sử dụng trang Facebook để tạo quảng cáo sẽ chạy trên Facebook, bạn đều có thể sử dụng tài khoản Instagram mới để hiển thị các quảng cáo tương tự đó trên Instagram.

Xóa tài khoản Instagram khỏi trang doanh nghiệp trên Facebook

- Bước 1: Truy cập trang Facebook của bạn
- Bước 2: Click vào cài đặt ở trên cùng bên phải của trang
- Bước 3: Click vào phần Instagram
- Bước 4: Di chuột xuống dưới cùng của trang và click vào **Ngắt kết nối**

Chỉnh sửa chi tiết tài khoản Instagram từ Facebook

Quản trị viên và biên tập viên trang có thể quản lý thông tin tài khoản Instagram ngay từ Facebook.

Quản lý bình luận trên Instagram trong Hộp thư của bạn

Quản trị viên, biên tập viên và người kiểm duyệt có thể quản lý bình luận trên Instagram ngay từ hộp thư của ứng dụng Trình quản lý Trang.

Tải xuống Trình quản lý Trang từ app store hoặc cửa hàng Play.

Tạo quảng cáo trên Instagram từ Facebook

Quảng cáo trên Facebook cũng có thể sử dụng trên Instagram.
Bắt đầu.

Ngắt kết nối tài khoản Instagram

Bạn sẽ không thể quản lý Instagram trên Facebook nữa.

Ngắt kết nối

Xác nhận rằng bạn muốn xóa tài khoản Instagram.

2. Chỉ định tài khoản Instagram cho một tài khoản quảng cáo trong trình quản lý doanh nghiệp

Bạn có thể liên kết tài khoản Instagram với một tài khoản quảng cáo bằng trình quản lý doanh nghiệp. Bạn chỉ có thể liên kết tài khoản Instagram với tài khoản quảng cáo khi chúng nằm trong một trình quản lý doanh nghiệp. Bạn không thể liên kết tài khoản quảng cáo này với một tài khoản Instagram nằm trong một trình quản lý khác.

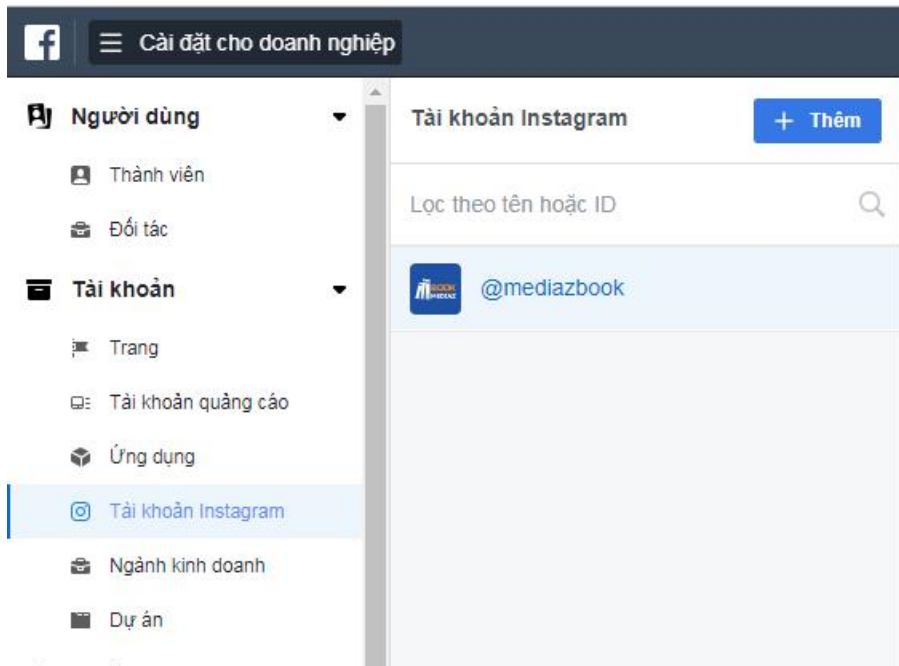
Cách chỉ định tài khoản Instagram cho một tài khoản quảng cáo trong trình quản lý doanh nghiệp được thực hiện như sau:

- Bước 1: Đi tới trình quản lý doanh nghiệp
- Bước 2: Chọn cài đặt doanh nghiệp

Click vào tài khoản Instagram.

Những bước này được thực hiện giống với cách thêm tài khoản Instagram vào trình quản lý doanh nghiệp.

- Bước 3: Lựa chọn tài khoản Instagram mà bạn muốn chỉ định liên kết với tài khoản quảng cáo.



Bước 4: Click vào chỉ định tài khoản quảng cáo



- Bước 5: Để ủy quyền cho một hay nhiều tài khoản quảng cáo của bạn được sử dụng kết nối với tài khoản Instagram hãy lựa chọn và click vào bên cạnh mỗi tài khoản quảng cáo rồi nhấp vào lưu thay đổi.

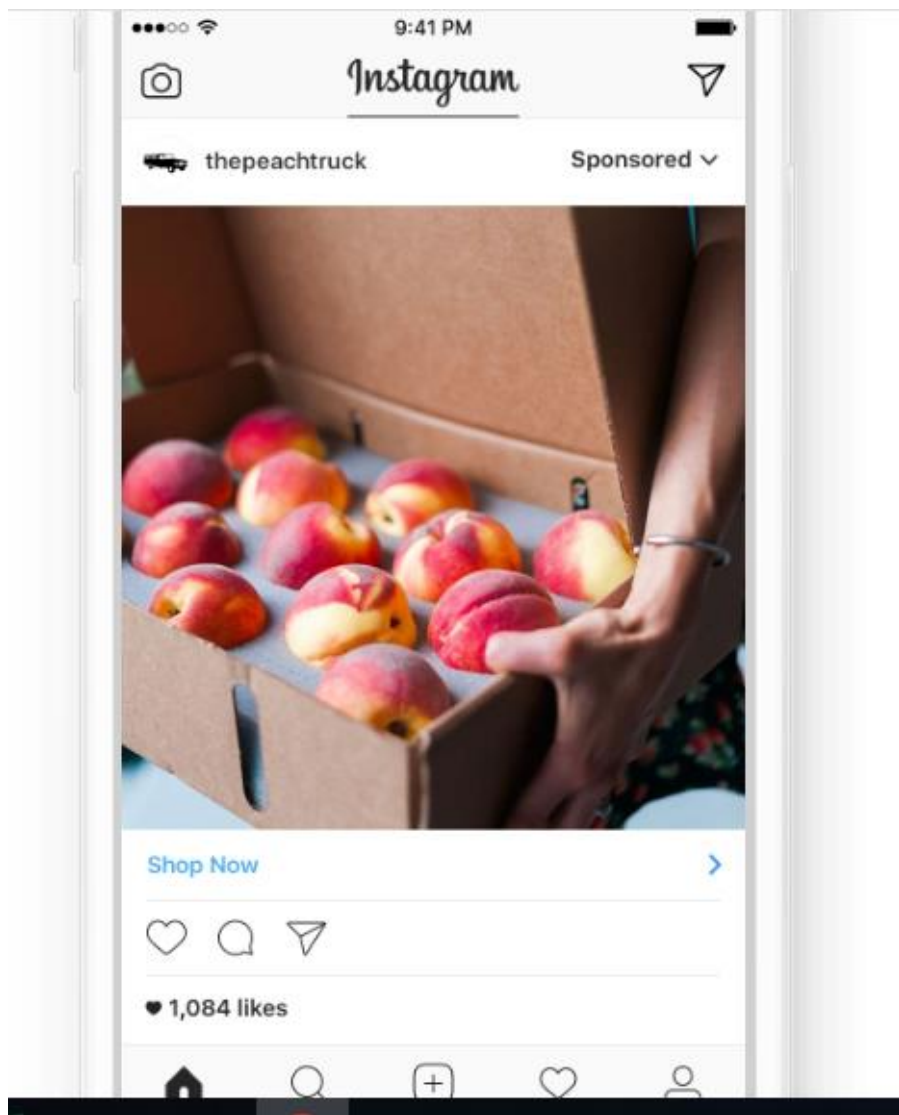
3. Các loại hình quảng cáo

Trước khi tạo quảng cáo, bạn nên biết Instagram có các loại hình quảng cáo như thế nào để có thể áp dụng cho sản phẩm, dịch vụ của mình một cách hợp lý nhất.

Instagram Image Ads (Quảng cáo hình ảnh)

Loại hình quảng cáo này chỉ cho phép các nhà quảng cáo sử dụng một hình ảnh duy nhất kết hợp với caption, kèm theo là một Call

To Action (CTA) dẫn đến trang đích, tùy vào mục đích quảng cáo hoặc tùy vào từng mặt hàng chúng ta có thể lựa chọn cho mình một CTA hợp lý nhất. Mẫu quảng cáo này thoát nhìn trông sẽ rất giống với những bài đăng mà người dùng post lên, điều này sẽ khiến cho người dùng không có cảm giác khó chịu khi nhìn thấy quảng cáo của bạn.



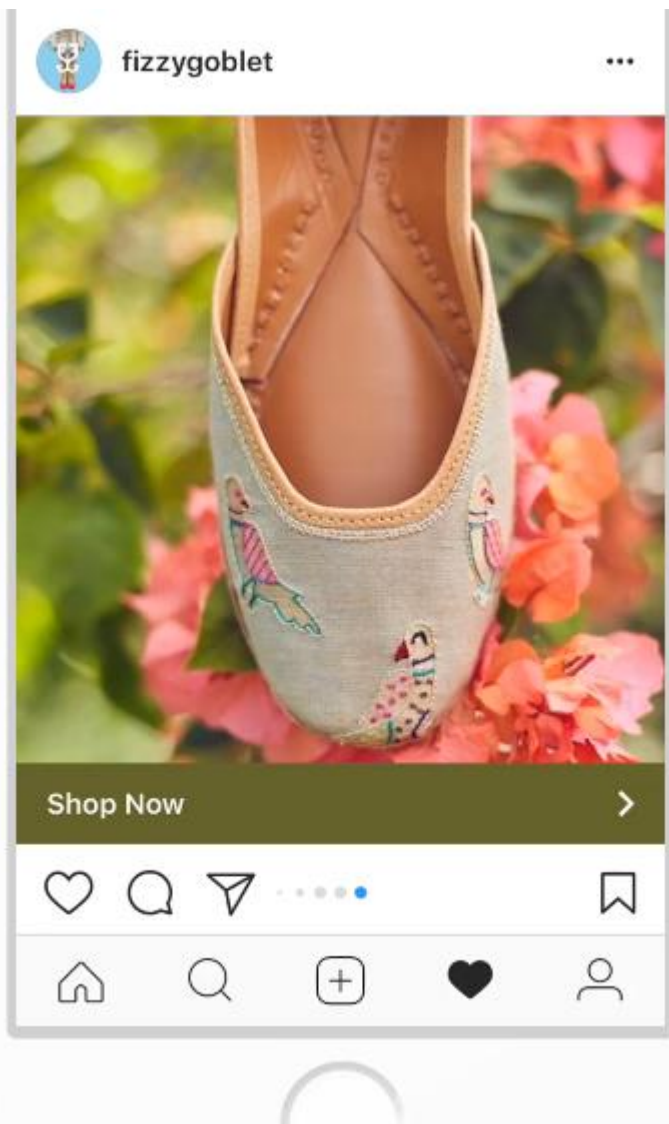
Instagram Video Ads (Quảng cáo video)

Quảng cáo này cũng giống như quảng cáo hình ảnh, chỉ thay thế hình ảnh bằng video mà thôi. Vì instagram chỉ được đăng video có độ dài tối đa là 1 phút, do vậy, quảng cáo của bạn cũng chỉ

trong giới hạn là 60 giây. Đây là một cách quảng cáo khá thú vị, nó giúp các nhà quảng cáo giữ chân người dùng lâu hơn và khiến họ tò mò bằng những dòng mô tả ngắn bên dưới. Và như các bạn đã biết, video marketing là hình thức truyền thông đang dần thống lĩnh trên thị trường. Bằng những video với hình ảnh, âm thanh sinh động, người dùng sẽ thêm tin tưởng hơn vào thương hiệu của bạn. Đây cũng là một cách để nâng tầm vị trí thương hiệu trong lòng khách hàng.

Instagram Carousel Ads (Quảng cáo quay vòng)

Hình thức quảng cáo này phù hợp với những loại hình kinh doanh nhiều mẫu mã khác nhau, có thể đưa ra cho khách hàng nhiều lựa chọn. Hay khách hàng có thể xem được các góc chụp khác nhau của sản phẩm, các hình ảnh được tải lên như một album, người dùng sẽ vuốt từ trái qua phải để xem thêm hình ảnh hoặc video. Hình thức này tạo sự tò mò cho khách hàng và mang lại hiệu quả tiếp cận cao.



Instagram Stories Ads (Quảng cáo trong tin)

Hình thức quảng cáo này sẽ không hiện lên Newsfeed, mà chỉ hiển thị khi người dùng xem stories. Không giống như quảng cáo Instagram thông thường, Instagram Stories sẽ biến mất trong vòng 24h và người dùng chỉ được xem một lần không thể quay lại xem nữa. Stories cho phép bạn đăng hình ảnh hiển thị tối đa là 5 giây và quảng cáo video thời lượng tối đa là 15 giây.



4. Mục tiêu quảng cáo trên Instagram

Nếu muốn quảng cáo trên Instagram, bạn có thể chọn một vài mục tiêu quảng cáo như:

- Mức độ nhận biết thương hiệu
- Số người tiếp cận
- Lưu lượng truy cập (dành cho số lần nhấp vào trang web hoặc cửa hàng ứng dụng dành cho ứng dụng của bạn).
- Số lượt cài đặt ứng dụng

- Tương tác (chỉ dành cho tương tác bài viết)
- Số lượt xem video
- Chuyển đổi (dành cho chuyển đổi trên trang web hoặc trong ứng dụng)
- Tìm kiếm khách hàng tiềm năng

Mục tiêu tiếp thị của bạn là gì? Tạo giúp: Chọn một mục tiêu

Nhận thức	Cân nhắc	Chuyển đổi
Nhận thức về thương hiệu	Lưu lượng truy cập	Chuyển đổi
Số người tiếp cận	Tương tác	Doanh số theo danh mục
	Số lượt cài đặt ứng dụng	Lượt ghé thăm cửa hàng
	Số lượt xem video	
	Tìm kiếm khách hàng tiềm năng	
	Tin nhắn	

5. Cách tạo quảng cáo Instagram

Bước 1: Bạn truy cập: <https://business.instagram.com/advertising/> và click vào mục **Tạo quảng cáo**

Về cơ bản, cách tạo ban đầu của mỗi hình thức quảng cáo là giống nhau. Tùy mục đích của chiến dịch mà các bạn có thể lựa chọn cho mình một mục tiêu quảng cáo phù hợp nhất.

- Chọn mục tiêu cho chiến dịch, đặt tên chiến dịch.
- Đặt tên cho nhóm quảng cáo.
- Chọn đối tượng mục tiêu.
- Chọn ngân sách và đặt lịch chạy quảng cáo.
- Đến phần vị trí quảng cáo bạn sẽ chọn **Chỉnh sửa vị trí quảng cáo**. Ở đây bạn sẽ thấy Instagram sẽ cho bạn hai lựa chọn là: *Bảng tin* và *Tin*. Trong đó, *Bảng tin* chính là Newsfeed - nơi mà quảng cáo hiển thị và *Tin* chính là Stories trên Instagram.

(Lưu ý: Nếu chọn vị trí quảng cáo là Stories thì bạn bắt buộc phải bỏ tích các vị trí quảng cáo trên Facebook)

● Chỉnh sửa vị trí quảng cáo

Việc xóa vị trí quảng cáo có thể làm giảm số người bạn tiếp cận và khiến bạn ít khả năng đạt được mục tiêu hơn. Tìm hiểu thêm.

Loại thiết bị

Tắt cả thiết bị (Được khuyến dùng) ▼

Tùy chỉnh tài sản ⓘ

Chọn tắt cả vị trí quảng cáo hỗ trợ tùy chỉnh tài sản

Nền tảng

Nền tảng	Trạng thái
Facebook	☒
Nguồn cấp	☒
Bài viết tức thời	☒
Video trực tuyến	☒
Cột bên phải	☒
Video được đề xuất	☒
Marketplace	☒
Tin	☒
Instagram	☒
Bảng tin	☒
Tin	☒
Audience Network	☒



Facebook Cột bên phải

Vị trí quảng cáo này không thể được sử dụng

- Sau đó hãy lên ngân sách và đặt lịch cho quảng cáo chạy. Nếu bạn là người mới làm quảng cáo Facebook và chưa biết tính toán ngân sách sao cho phù hợp, hãy tham khảo những người có kinh nghiệm để không tiêu tốn quá nhiều tiền mà quảng cáo lại không hiệu quả.

Bước 2: Chọn định dạng quảng cáo

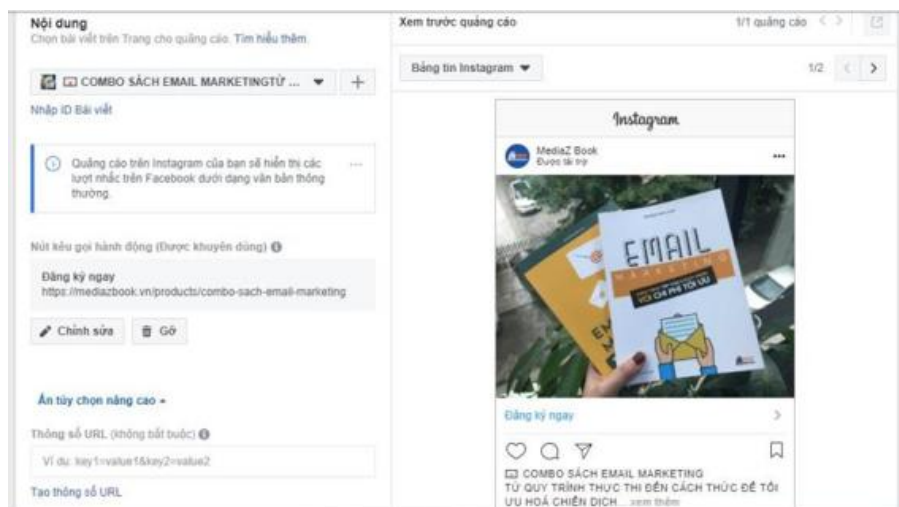
Định dạng
Chọn giao diện của quảng cáo

Quay vòng	Một hình ảnh	Một video	Bản trình chiếu
			
Tạo quảng cáo bằng 2 hoặc nhiều hình ảnh, video có thể cuộn.	Tạo từ 1 đến 6 quảng cáo có một hình ảnh mà không mất thêm phí.	Tạo quảng cáo bằng 1 video hoặc chuyển hình ảnh thành video.	Tạo quảng cáo video quay vòng bằng từ 1 đến 10 hình ảnh.

Và thêm các thông số cần thiết khác như hình ảnh, video, tiêu đề, văn bản, mô tả... và trang đích (đây có thể là trang thanh toán, website của doanh nghiệp, trang cài đặt ứng dụng...).

Nếu không, bạn có thể chạy quảng cáo trực tiếp lên bài post đã

đăng trước đó bằng cách chọn mục **Sử dụng bài viết có sẵn** và làm theo hướng dẫn. Bạn có thể xem trước quảng cáo của mình ở phía tay phải màn hình.



Cuối cùng chọn **Xác nhận**. Nếu muốn tạo quảng cáo video hãy lưu ý một số điểm sau:

- Một video ngắn nên từ 15 giây trở xuống truyền tải được đủ thông điệp của bạn hiệu quả nhất.
- Instagram hỗ trợ tỷ lệ 1,91:1 - 4:5 cho tất cả các video trong nguồn cấp với mọi mục tiêu. Đối với Instagram Stories, bạn nên sử dụng kích thước 9:16 và từ 4:5 đến 1.91:1. Tuy nhiên, video nên có tỷ lệ khung hình vuông 1:1.
- Thiết kế cho tắt âm thanh nhưng thú vị khi bật âm thanh. Hãy đảm bảo mọi người có thể hiểu được thông điệp của video mà không cần âm thanh (bằng cách bật phụ đề) nhưng hãy thêm âm thanh vào video để làm phong phú trải nghiệm cho những người bật âm thanh.

Làm cách nào để thêm nút kêu gọi hành động vào trang kinh doanh trên Instagram?

Mặc dù bất kỳ doanh nghiệp nào cũng có thể truy cập các tính năng này, nhưng hiện tại, số nhà cung cấp các nút hành động này của Instagram chỉ có hạn. Bạn có thể thêm các nút kêu gọi hành động sau vào trang kinh doanh của bạn trên Instagram:

- Mua/Nhận vé: Mua vé xem phim hoặc vé tham dự sự kiện.

- Bắt đầu đặt hàng: Đặt món ăn thông qua các nhà hàng chọn lọc.
- Đặt: Đặt cuộc hẹn.
- Đặt bàn: Đặt bàn tại một nhà hàng.

Bạn có thể thêm các nút kêu gọi hành động vào trang kinh doanh bằng cách:

- Truy cập [trang kinh doanh](#) trên Instagram.
- Nhấn vào Chỉnh sửa trang cá nhân.
- Trong Thông tin doanh nghiệp, nhấn vào Tùy chọn liên hệ.
- Nhấn vào Thêm nút hành động.
- Chọn nút hành động bạn muốn thêm vào trang kinh doanh của mình. Bạn cần [có sẵn tài khoản với một đối tác](#) để chọn các nút này. Hãy truy cập trang web của đối tác mà bạn muốn thêm để tìm hiểu thêm.
- Nhấn vào Gửi.

Xóa các nút kêu gọi hành động khỏi trang kinh doanh:

- Truy cập trang kinh doanh của bạn và nhấn vào  (iPhone) hoặc  (Android) ở góc trên cùng bên phải.
- Nhấn vào Chỉnh sửa trang cá nhân > Tùy chọn liên hệ.
- Chọn nút kêu gọi hành động bạn muốn xóa trên trang kinh doanh của mình và xóa nút đó.

6. Quảng cáo trong Instagram Story

Quảng cáo trong Instagram Story cung cấp trải nghiệm toàn màn hình cho phép bạn kể câu chuyện của doanh nghiệp bạn trên Instagram. Quảng cáo trên Instagram Stories hiện hỗ trợ tất cả các kích thước ảnh và video trong bảng tin (từ 1,91:1 đến 4:5). Như vậy, bạn có thể tải lên một ảnh hoặc video có thời lượng tối đa 60 giây ở kích thước bất kỳ để hiển thị giữa các tin của mọi người. Thời gian khuyến nghị cho bạn vẫn nên là các video có thời gian khoảng 15 giây. Đối với các video dài hơn 15 giây, quảng cáo của bạn sẽ hiển thị 3 giây đầu tiên của video và kèm theo một nút kêu gọi hành động để tiếp tục xem. Bạn có thể tạo quảng cáo trên Stories bằng Trình quản lý quảng cáo, API hoặc Creative Hub.

Khi bạn tạo quảng cáo cho Instagram Stories, Facebook sẽ tự động cung cấp hỗ trợ toàn màn hình cho quảng cáo của bạn.

- Bạn có thể chọn thuộc tính chuyển màu nền để quảng cáo hiển thị ở định dạng toàn màn hình.

- Nếu quảng cáo của bạn ở định dạng vuông hoặc ngang, thì văn bản của quảng cáo trên Bảng tin Instagram hoặc Bảng tin Facebook sẽ hiển thị dưới dạng văn bản ở cuối quảng cáo trong Stories. Khi đó những văn bản dài dưới 190 ký tự sẽ được hỗ trợ hiển thị đầy đủ.

7. Ý tưởng tối ưu với A/B testing

Báo cáo chỉ ra rằng hình ảnh là thứ quan trọng nhất trong quảng cáo trên Instagram, chiếm từ 75%-90% độ hiệu quả của mẫu quảng cáo. Do đó, việc thay đổi hình ảnh quảng cáo chắc chắn sẽ có tác động lớn tới toàn bộ kết quả của chiến dịch. Dưới đây là 10 ý tưởng A/B Testing để bạn thực hiện:

Ý tưởng 1: A/B Test tệp khách hàng mục tiêu bằng cách thử nhắm mục tiêu tới mọi người ở các địa điểm khác nhau, nhóm tuổi khác nhau và sở thích hành vi khác nhau.

Ý tưởng 2: A/B Test các định dạng quảng cáo khác nhau bằng cách thử định dạng carousel hoặc quảng cáo video thay vì chỉ hình ảnh thông thường.

Ý tưởng 3: A/B Test màu sắc ảnh quảng cáo bằng cách chọn lựa các màu sắc khác nhau.

Ý tưởng 4: A/B Test ảnh chụp và ảnh minh họa.

Ý tưởng 5: A/B Test ảnh chứa text và ảnh không chứa text.

Ý tưởng 6: A/B Test các lời kêu gọi hành động CTA khác nhau.

Ý tưởng 7: A/B Test tiêu đề khác nhau.

Ý tưởng 8: A/B Test nội dung có chứa emoji và không chứa emoji.

Ý tưởng 9: A/B Test landing page.

Ý tưởng 10: A/B Test kích cỡ quảng cáo.

TÓM TẮT PHẦN V CHƯƠNG 1

- Hướng dẫn cách thêm tài khoản Instagram vào trình quản lý doanh nghiệp

- Bạn sẽ biết cách chỉ định tài khoản Instagram cho một tài khoản quảng cáo trong trình quản lý doanh nghiệp vì bạn chỉ có thể liên kết tài khoản Instagram với tài khoản quảng cáo khi chúng nằm trong một trình quản lý doanh nghiệp. Bạn không thể liên kết tài khoản quảng cáo này với một tài khoản Instagram nằm trong một trình quản lý khác.

- Các loại hình quảng cáo Instagram

- Instagram Image Ads (Quảng cáo hình ảnh)

- Instagram Video Ads (Quảng cáo video)

- Instagram Carousel Ads (Quảng cáo quay vòng)

- Instagram Stories Ads (Quảng cáo trong tin)

- Khi thực hiện quảng cáo trên Instagram, bạn cần chọn một trong các mục tiêu quảng cáo sau:

- Mức độ nhận biết thương hiệu

- Số người tiếp cận

- Lưu lượng truy cập (dành cho số lần nhấp vào trang web hoặc cửa hàng ứng dụng dành cho ứng dụng của bạn).

- Số lượt cài đặt ứng dụng

- Tương tác (chỉ dành cho tương tác bài viết)

- Số lượt xem video

- Chuyển đổi (dành cho chuyển đổi trên trang web hoặc trong ứng dụng)

- Tìm kiếm khách hàng tiềm năng

- Hướng dẫn cách tạo quảng cáo Instagram

- Bạn sẽ biết cách tạo quảng cáo trong Instagram Story

- 10 ý tưởng tối ưu với A/B testing để bạn có thể thực hiện

Chương 2

Đánh giá kết quả và tối ưu quảng cáo Instagram

1. Xem báo cáo kết quả

Gống như quảng cáo trên Facebook, số liệu về hiệu quả của quảng cáo Instagram cũng sẽ có trong trình quản lý quảng cáo ngay sau khi quảng cáo trên Instagram của bạn bắt đầu chạy. Bạn sẽ có thể xem số liệu ở cấp độ chiến dịch, nhóm quảng cáo và quảng cáo giống như kết quả quảng cáo trên Facebook. Bạn cũng sẽ có thể lên lịch báo cáo, lưu báo cáo và tùy chỉnh cột trong Trình quản lý quảng cáo sao cho bạn chỉ thấy dữ liệu mà mình quan tâm.

Cách xem số liệu liên quan đến Instagram.

- Bước 1: Đi tới trình quản lý quảng cáo
- Bước 2: Click vào tên chiến dịch quảng cáo mà bạn muốn xem số liệu
- Bước 3: Xem số liệu bằng cách click vào ký hiệu xem biểu đồ

Thời gian cập nhật: vừa xong     

30 ngày vừa qua: 13 Tháng 10 2018 – 11 Tháng 11 2018
Lưu ý: Không bao gồm dữ liệu của hôm nay 

...  Quảng cáo đối với 1 Chiến ...

Xem thiết lập  Cột: Tùy chỉnh  Số liệu chia nhỏ  báo cáo 

in hiển thị	Chi phí trên mỗi kết quả	Ngân sách	Số tiền đã chi tiêu	Kết thúc	L
-------------	--------------------------	-----------	---------------------	----------	---

- Bước 4: Click vào vị trí quảng cáo và chọn Instagram để xem báo cáo được liệt kê.

Tùy thuộc vào mục tiêu bạn chọn, bạn sẽ nhìn thấy các kết quả khác nhau. Nếu bạn tạo một quảng cáo với mục tiêu là số lượt tương tác với bài viết mà quảng cáo trên Instagram thì bạn sẽ nhận được số liệu về tổng số người tiếp cận. Bạn cũng có thể xem Số tiền đã chi tiêu và Chi phí trên mỗi kết quả để biết cách ngân sách được phân bổ.

2. Tối ưu chiến dịch quảng cáo trên Instagram

Quảng cáo Instagram có tỷ lệ tương tác cao nhất trong các vị trí quảng cáo được tạo trên trình quản lý quảng cáo trên Facebook. Điều này có nghĩa là ngân sách bạn sẽ phải trả thêm một khoản để tiếp cận nhưng độ hiệu quả vẫn cao hơn rất nhiều.

Có ba yếu tố tác động đến giá quảng cáo đó là giá thầu, điểm liên quan và đánh giá tỷ lệ tương tác.

Giá thầu của chiến dịch

Việc bạn càng đặt giá thầu cao, Facebook sẽ cho phép bạn tiếp cận tới càng nhiều người hơn.

Điểm liên quan

Điểm đánh giá độ liên quan của quảng cáo sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới chi phí cho kết quả quảng cáo cũng như cách Facebook ưu tiên phân phối dựa trên giá thầu của bạn.

Đánh giá tỉ lệ tương tác

Facebook cũng sẽ đánh giá tỉ lệ tương tác của người dùng nhìn thấy quảng cáo của bạn.

Và đây cũng là các yếu tố để bạn có thể tối ưu được ROI của chiến dịch. Dưới đây là một số cách để giảm thiểu chi phí quảng cáo Instagram.

- Bắt đầu bằng việc đặt giá thầu tự động

Nếu bạn chưa có nhiều kinh nghiệm, đừng ngại việc sử dụng phương pháp tự động này. Khi đã test các lựa chọn giá thầu thủ công, và có nguồn data dữ liệu từ các chiến dịch trước, lúc này bạn mới có thể có một giá thầu hiệu quả cao nhất.

- Tối ưu chiến dịch quảng cáo Instagram cho chuyển đổi

Đây là cách tốt nhất để đảm bảo rằng Facebook sẽ tự động tối ưu cho bạn, giúp bạn có những kết quả khả quan với chi phí tối ưu nhất.

- Giới hạn tần suất hiển thị

Khi tối ưu phân phối quảng cáo Instagram cho việc tiếp cận cho số người tiếp cận (chỉ dành cho mục tiêu quảng cáo Số người tiếp cận và nhận thức về thương hiệu), bạn được lựa chọn đặt tần suất quảng cáo của mình. Việc giới hạn này để tránh quảng cáo của bạn được hiển thị lặp lại quá nhiều lần cho cùng một người.

TÓM TẮT PHẦN V CHƯƠNG 2

- Hướng dẫn cách xem số liệu liên quan đến quảng cáo Instagram

- Hướng dẫn cách tối ưu chiến dịch quảng cáo trên Instagram

Ba yếu tố tác động đến giá quảng cáo đó là giá thầu, điểm liên quan và đánh giá tỷ lệ tương tác.

Một số cách để giảm thiểu chi phí quảng cáo Instagram:

- Bắt đầu bằng việc đặt giá thầu tự động
- Tối ưu chiến dịch quảng cáo Instagram cho chuyển đổi
- Giới hạn tần suất hiển thị

Lời kết

Những trang cuối cùng đang dần khép lại, tất cả những kiến thức cơ bản của Instagram đã được chia sẻ với quý độc giả cùng niềm tin mạnh mẽ rằng những nội dung này sẽ thực sự hữu ích đối với các bạn.

Ban đầu bạn sẽ phải vất vả nỗ lực để hái được quả ngọt sau này. Chẳng có gì là dễ dàng nhận được. Vì vậy, đừng để những khó khăn ban đầu trong việc xây dựng trang Instagram của riêng mình ngăn cản bạn bước tiếp.

Xin gửi lời cảm ơn đến đội ngũ cộng sự của MZ Book: Trung Đức, Thanh Nga, Thắm Vũ, Thùy Trang, Hồng Nhung, Đức Huy đã dành thời gian lắng nghe, trao đổi, góp ý và hỗ trợ xây dựng ý tưởng làm nên cuốn sách.

Cuối cùng, lời cảm ơn được gửi đến tất cả các bạn độc giả - những người đã, đang và sẽ đọc cuốn sách này. Sự ủng hộ của các bạn là động lực để chúng tôi tiếp tục hoàn thiện và ra mắt những cuốn sách về chuyên ngành Digital Marketing chất lượng trong thời gian tới. Ở chặng đường phía trước, hi vọng rằng chúng tôi luôn có bạn là người đồng hành!

MZ Book